

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة التكوين المتواصل
مركز الشلف
فرع: قانون أعمال

مذكرة تخرج لنيل شهادة الدراسات الجامعية التطبيقية
DEUA

الموضوع

حماية المستهلك في التشريع الجزائري

دراسة حالة: المخبر الولائي للوقاية بالشلف

إشراف الأستاذ:

فروة سليمان

إعداد الطالبين:

* عماري الجيلالي

*

* بكجة سيدي امحمد المولود

السنة الجامعية 2011-2012

مقدمة

إن التغيرات التي تشهدها الجزائر في شتى المجالات خاصة التغيرات الجذرية التي يشهدها اقتصادها استجابة لمتطلبات الفترة الراهنة بالتوجه إلى اقتصاد السوق وما تستلزمه هذه الفترة الانتقالية من ضرورة إدخال تغيرات وميكانيزمات جديدة على مختلف القطاعات الاقتصادية الوطنية وكافة هياكلها بالإضافة إلى المؤسسات الإدارية والاقتصادية والتجارية الفاعلة وذلك للتخلص من المذهب الحمائي المعتمد في ظل النظام الاشتراكي الذي كان ينادي لتقييد التبادل مع العقوبات التي تعيق تدفق وانتقال السلع عبر الحدود سواء كانت في شكل إيرادات أو صادرات.

وهكذا وقّعت الجزائر على اتفاق الشراكة مع الاتحاد الأوروبي وانضمامها إلى المنظمة العالمية للتجارة ويقتضي عليها الاندماج في الإقتصاد العالمي والذي لا يمكن أن يتجسد إلا باتخاذ الإجراءات اللازمة والتي تهدف إلى تحرير المبادلات التجارية وإتباع المذهب الليبرالي الذي ينادي بأن تكون التجارة الدولية حرة لا تشوبها أي عقبات أو قيود التي تعيق تدفق المنتجات وتسويقها، وعليه فقد نجم عن هذا الانفتاح الاقتصادي وما يسوده من تحرير الأسواق ظهور منتجات متنوعة في الأسواق الوطنية الغرض منها إشباع حاجيات ورغبات المستهلك ، إلا أن هذا الأخير أصبح محل خطر نتيجة لوجود سلع قد تمس بصحته وسلامته ناهيك عن وجود مناورات وتلاعبات من قبل فئة من التجار الذين لا يهمهم إلا الربح السريع على حساب المستهلك نتيجة للحماس الذي يريثاهم بعيدا عن كل روح تنافسية ونزيهة.

يعتبر مصطلح المستهلك جديدا في التشريع الجزائري ، حيث ظهر هذا المصطلح لأول مرة من خلال القانون رقم 89-02 الصادر في 07 فبراير 1989 والمتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك ، وهذا بعدما كان المصطلح التقليدي السائد في القانون المدني الذي يطلق عليه بالمشتري ، فتغيير مدلول المصطلحات كان تبعا للظروف الاقتصادية التي مرت بها الجزائر بالدرجة الأولى وذلك قصد الوصول إلى إضفاء حماية واسعة لهذا الطرف في العلاقة الاقتصادية والاستهلاكية .
ومما لا شك فيه أن تحرير النشاط الاقتصادي من القيود التي كانت تعيقه سالفا أهمها التدخل الكلي للدولة في التجارة الداخلية وتوليها تنظيم الأسواق بما تتناسب وسياساتها فإنه لا يعني بالضرورة الانسحاب الكلي من تنظيم الاقتصاد الوطني ذلك عند سن قانون المنافسة في سنة 1995 ، وكذا التأكيد الدستوري سنة 1996 الذي يؤكد على أن حرية التجارة والصناعة مضمونة فالدولة لا تزال هي صاحبة القرار في تنظيم الإقتصاد الوطني حيث انتقل دورها من الدولة الحارسة إلى الدولة الضابطة ، وهذا يتناسب مع الفكر الليبرالي (1723 م - 1790م) الذي دافع عنه الرجل الاقتصادي والفيلسوف اليوناني "أدام سميث" تحت شعار "دعه يعمل دعه يمر" بعيدا عن كل القيود والمعوقات الموضوعة من قبل الدولة إذ أن الحياة الاقتصادية للأمم لا بد أن تبنى على المنافسة الحرة المشروعة كشرط ضروري وأساسي في النظام الليبرالي والغاية منها تقديم سلع وخدمات للمستهلك.

وفي هذا الصدد أصدر المشرع الجزائري سلسلة من القوانين تصبو إلى حماية المستهلك وتنظيم المنافسة ومن هذا المنطلق والذي نريد من خلاله التطرق لقضية حماية المستهلك في ظل هذا النظام أي المنافسة الشريفة وهذا النظام الذي لم تألفه لا السوق الجزائرية ولا المواطن الجزائري كمستهلك حيث كانت السوق الجزائرية لا تزال سوق فتية وغير مهيأة لما يخفيه هذا النظام من أساليب عدة لنيل كثرة تدفق المنتجات ومن مختلف الجنسيات على التنوع والعرض الوفير فوجد نفسه أمام سوق غارقة بمختلف المنتجات . حتى أحيانا يصعب عليه التفريق بين السلع . ولا يعلم مصدرها ولا مكان صنعها ولا اسمها مما يجعل حياته مهددة بالخطر الأمني والصحي. وذلك بسبب وقوع ظاهرة الغش التجاري وتطور أساليبه مما يستدعي الأمر وجوب حماية قانونية فعالة وشاملة للمستهلك الجزائري.

إن حماية المستهلك أصبحت أكثر من ضرورة ولا يمكن التصدي للممارسات التي تصيبه إلا بوضع قواعد قانونية أكثر فعالة تحرّم كل الأفعال التي من شأنها المساس بصحة وسلامة المستهلك وكذا تهميه من الناحية المادية ، ولا يمكن أن تكون لهذه

النصوص فعالية في محاربة الأنشطة المخالفة للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ولا تلك المنافسة للمنافسة إلا بوضع آليات رادعة تتولى رقابة كل الأفعال الصادرة من الأعوان الاقتصاديين أو التجار وتوقيع العقاب الرادع لكل المخالفين للقوانين الموضوعة في ذلك.

ومؤخرا كان أساس إرادة المشرع القانونية والسياسية في حماية المستهلك ومن ورائه الاقتصاد الوطني القانون الجديد رقم 09-03 الصادر في 25 فبراير 2009 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ومن ورائه سلسلة من النصوص التنظيمية.

* ترتب ما تم التوصل إليه تظهر الإشكالية التي نحن بصدد دراستها والمتمثلة في السؤال الجوهرى كآآي:

- هل يمكن تصور وجود حماية فعالة للمستهلك الجزائري في ظل هذه المنافسة الشرسة؟ وما يتخللها من انعدام الوعي الديني والأخلاقي والتجاري؟

هذا بالإضافة إلى السؤال الفرعي الآتي :

- هل استطاع قانون الاستهلاك الجزائري أن يكبح جشع التاجر وينصف المستهلك الضعيف؟

الفرضية:

على ضوء الإشكالية المطروحة يمكن صياغة الفرضيتين الآتيتين:

- حماية المستهلك الجزائري من مظاهر الغش التجاري وما قد يلحقه من أضرار وخيمة تمس أمنه وسلامة جسمه خاصة مع استعمال وسائل وأساليب الغش من قبل المنتجين الذين لا يحترمون مقاييس ومواصفات وملائمة ظروف الإنتاج.

- حق المستهلك في رفع دعوى أمام القضاء الجنائي والمدني في حالة إصابته بضرر مباشر ناجم عن جنابة أو جنحة أو مخالفة قام بها التاجر ومطالبته بالتعويض وردع التاجر مستعينا بقانون حماية المستهلك وبالإحالة على بعض مواد قانون العقوبات.

• **المنهج المتبع في البحث :** للإجابة على الإشكالية الملائمة اخترنا اتباع المنهج التحليلي وذلك بتجميع المعلومات والأفكار العلمية والمواد القانونية وقياسها مع بعضها البعض لاستخلاص أهم الاحكام المرتبطة بالموضوع . وكذا استخدام المنهج الوصفي وذلك تبين كل الحالات المقررة للمسؤولية الملقاة على العاتق المهني وكل من له مسؤولية أو التاجر ذو أهمية بالغة كونه يلقي بظلاله يوما بعد يوم لأنه موضوع الساعة والواقع المعيشي اليومي للمستهلك.

• **أسباب اختيار الموضوع:** يمكن إرجاع أسباب اختيار الموضوع إلى:

1. أسباب موضوعية:

- يعد موضوع حماية المستهلك الجزائري موضوعا جديدا مقارنة بالقوانين التقليدية الأخرى على غرار القانون المدني وقانون العقوبات.

- لا يحظى المستهلك الجزائري بحماية قانونية فعالة وشاملة نظرا لما يتعرض إليه من خروقات في حقه، كعدم أمن وسلامة المنتجات المقدمة للاستهلاك.

- المستهلك دائما في وضعية مركز ضعف عكس خصمه المهني أو المتعامل الاقتصادي الذي يتمتع بالقدرة الفنية والمالية.

- تفشي جريمة الغش التجاري وتناميها بسبب جشع التجار.

2. أسباب ذاتية: بغية نشر الوعي الاستهلاكي بين جمهور المستهلكين، والحث على تكتلهم.

- نشر الثقافة الاستهلاكية السليمة، حتى نحصل على مستهلك واعى وفاعل في المجتمع.

- وضع حد لتجاوزات وخروقات المتعاملين الاقتصاديين للنصوص التشريعية والتنظيمية الملقاة على عاتقهم.

- إنصاف المستهلك الذي هو طرف ضعيف في العلاقة الاقتصادية عامة وفي العلاقة الاستهلاكية خاصة.

● **أهمية الموضوع:** تكمن أهمية هذا الموضوع في كونه موضوع الساعة وهو الواقع المعيشي اليومي للمستهلك الجزائري، أيضا نرى أهمية هذا الموضوع تكمن في أن المستهلك الجزائري هو أولا مواطن جزائري وهو طرف يلعب دورا هاما ومحوريا في العلاقات الاقتصادية والتجارية بصفة عامة وفي العلاقة الاستهلاكية بصفة خاصة لذا يستوجب توفير حماية فعالة وشاملة له من طرف المشرع الجزائري.

● **أهداف دراسة هذا الموضوع:** نلخص هذه الأهداف فيما يلي:

- الحد من التجاوزات والخروقات التي تصدر من المتعاملين الاقتصاديين والمتمثلة أساسا في جريمة الغش التجاري وخداع المستهلك وعدم الالتزام بالقوانين والنصوص التشريعية والتنظيمية التي تنظم وتضبط وتشرع نشاطهم والملقاة على عاتقهم، وكذا ردعهم حتى يأخذ القانون مجراه.
- إنصاف المستهلك الذي هو طرف ضعيف في العلاقة الاستهلاكية، وذلك بسن قوانين أكثر صرامة وردعية وقائية وجنائية.
- نشر الثقافة الاستهلاكية السليمة في جمهور المستهلكين.
- نشر الوعي والتحسيس الإعلامي للمستهلك لتعديل سلوكه الاستهلاكي حتى نجعل منه مستهلك فاعل في المجتمع.

● **الصعوبات:**

- تتمثل في قلة المراجع التي لها علاقة بالموضوع وانعدام تلك التي تربطها علاقة مباشرة بموضوع البحث.
- رفض العديد من المسؤولين إمضاء اتفاقية التربص على مستوى مصالحهم وهنا هذه التصرفات والممارسات لا تخدم ولا تشجع البحث العلمي في شتى المجالات وتبقى الأسباب مجهولة عندنا.

● **خطوات البحث:**

- لقد قسمنا الموضوع إلى جانبين: الجانب النظري سنتطرق فيه إلى الدراسة النظرية الممكنة للجانب القانوني والتشريعي للمستهلك وكذا الآليات التي وضعها المشرع الجزائري لحماية المستهلك.
 - ثم الجانب التطبيقي الذي سنتطرق في قسمه الأول إلى دراسة تطبيقية للمخبر الولائي للوقاية بالشلف.
 - ثم القسم الثاني نخصصه لدراسة حالة التسمم الغذائي الذي يقع للمستهلك بسبب الغش التجاري.
- وهذا وفقا للخطوة الآتية:

خطة البحث

الفصل الأول: تقديم عام لتشريعات حماية المستهلك في الجزائر

مقدمة

المبحث الأول: المفاهيم الأساسية للمستهلك و أنواعه و سلوكه و العوامل المؤثرة فيه و علاقته بالمنتج.

المطلب الأول: مفهوم المستهلك لغة و اصطلاحا.

المطلب الثاني: أنواع المستهلك.

المطلب الثالث: سلوكات المستهلك و العوامل المؤثرة فيه.

المطلب الرابع: المحل في عقد الاستهلاك (المنتج).

المطلب الخامس: مفهوم المنتج أو المهني أو مقدم الخدمة.

المبحث الثاني: تطور تشريعات حماية المستهلك في الجزائر.

المطلب الأول: قانون حماية المستهلك.

المطلب الثاني: تشريعات حماية المستهلك في ظل المرحلة التي سبقت صدور.

القانون 89-02

المطلب الثالث: قانون حماية المستهلك في ظل القانون 89-02 إلى غاية 2009.

المطلب الرابع: قانون حماية المستهلك في ظل القانون 09-03 الجديد إلى يومنا هذا.

المطلب الخامس: علاقة قانون حماية المستهلك بالقوانين الأخرى.

المبحث الثالث: مكانة المستهلك في ظل المنافسة الحرة.

المطلب الأول: حماية المستهلك حتمية للمنافسة الحرة.

المطلب الثاني: حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة.

المطلب الثالث: دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك.

الفصل الثاني: آليات حماية المستهلك في الجزائر

المبحث الأول: الالتزامات المفروضة على المحترف

المطلب الأول: إلزام المحترف بالإعلام

المطلب الثاني: تقرير التزام عام بالضمان

المطلب الثالث: إلزام المحترف بوفرة السلع و تحقيق التوازن في توزيعها على

المستهلكين.

المطلب الرابع: الالتزام بالمطابقة

المبحث الثاني: الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك

المطلب الأول: دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك

المطلب الثاني: دور الأجهزة القضائية في حماية المستهلك

المطلب الثالث: دور جمعيات حماية المستهلك

المبحث الثالث : الحماية الجنائية للمستهلك

المطلب الأول : جريمة خداع المتعاقد (أركانها وعقوبتها)

المطلب الثاني : جريمة الغش في البضاعة (أركانها وعقوباتها)

الفصل الثالث : دراسة حالة (المخبر الولائي للوقاية)

المبحث الأول : المخبر الولائي للوقاية

المطلب الأول : نبذة عن المخبر الولائي للوقاية.

المطلب الثاني : الهيكل التنظيمي للمخبر الولائي للوقاية

المبحث الثاني : الإجراءات المتخذة أثناء كشف حالة التسمم الغذائي بسبب الغش .

المطلب الأول : النصوص المتخذة في جريمة الغش

المطلب الثاني : الجزاءات المقررة لهذه الحالة

الخاتمة

الفهرس

المحتويات

رقم الصفحة

أ-ب-ج

01	مقدمة
01	الفصل الأول: تقديم عام لتشريعات حماية المستهلك في الجزائر
02	المبحث الأول: المفاهيم الأساسية للمستهلك و أنواعه و سلوكاته والعوامل المؤثرة فيه
02	و علاقته بالمنتج
02	المطلب الأول: مفهوم المستهلك لغة واصطلاحا
02	الفرع الأول: مفهوم المستهلك لغة
02	الفرع الثاني: مفهوم المستهلك اصطلاحا
02	الفرع الثالث: مفهوم المستهلك تشريعا
03	الفرع الرابع: التعريف الفقهي للمستهلك
04	المطلب الثاني: أنواع المستهلك
04	الفرع الأول: المستهلك النهائي
04	الفرع الثاني: المستهلك الصناعي أو الوسيط
04	الفرع الثالث: المستهلك الشخصي (الفرد)
04	الفرع الرابع: المستهلك التابع للمنظمة
04	- المطلب الثالث: سلوكات المستهلك و العوامل المؤثرة فيه
04	الفرع الأول: مفهوم سلوك المستهلك
05	الفرع الثاني: أسباب تطور وزيادة الاهتمام بدراسة سلوك المستهلك
05	الفرع الثالث: أهداف دراسة سلوك المستهلك
06	الفرع الرابع: العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك
12	- المطلب الرابع: المحل في عقد الاستهلاك (المنتج)
12	الفرع الأول: السلع
13	الفرع الثاني: الخدمات
14	المطلب الخامس: مفهوم المنتج أو المهني أو مقدم الخدمة
15	الفرع الأول: سمات أو صفات المهني
15	الفرع الثاني: الفرق بين المهني والمستهلك
16	الفرع الثالث: الحالات التي يقل فيها التمييز بين المهني والمستهلك
16	المبحث الثاني: تطور تشريعات و حماية المستهلك في الجزائر
16	- المطلب الأول: قانون حماية المستهلك
16	- المطلب الثاني: تشريعات حماية المستهلك في ظل المرحلة التي سبقت صدور القانون 02-89
17	المطلب الثالث: قانون حماية المستهلك في ظل القانون 02-89 إلى غاية 2009
18	الفرع الأول: أسباب تبني المشرع لهذا القانون 02-89
19	الفرع الثاني: التجديدات التي أتى بها هذا القانون 02-89
20	الفرع الثالث: الحقوق التي منحها هذا القانون للمستهلك
21	- المطلب الرابع: قانون حماية المستهلك في ظل القانون 03-09 الجديد إلى يومنا هذا
21	الفرع الأول: نبذة عن هذا القانون
21	الفرع الثاني: أحكام هذا القانون
22	الفرع الثالث: النصوص الملحقة به
22	- المطلب الخامس: علاقة قانون حماية المستهلك بالقوانين الأخرى
22	الفرع الأول: يعد قانون متعدد الفروع
22	الفرع الثاني: الفروع المجاورة لقانون الاستهلاك

23.....	المبحث الثالث:مكانة المستهلك في ظل المنافسة الحرة
23.....	-المطلب الأول : حماية المستهلك حتمية للمنافسة الحرة
24.....	المطلب الثاني: حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة
25.....	المطلب الثالث: دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك
29.....	الفصل الثاني : آليات حماية المستهلك في الجزائر
30.....	المبحث الأول : الالتزامات المفروضة على المحترف
30.....	المطلب الأول:إلزام المحترف بالإعلام
30.....	الفرع الأول : مضمون الالتزام بالإعلام
31.....	الفرع الثاني : طبيعة ونطاق الالتزام بالإعلام
33.....	الفرع الثالث : الإعلام عن طريق الوسم
34.....	الفرع الرابع : الإعلام بالأسعار
34.....	- المطلب الثاني :تقرير التزام عام بالضمان
35.....	الفرع الأول : مفهوم الضمان
35.....	الفرع الثاني : الالتزام بالضمان والخدمة ما بعد البيع
37.....	المطلب الثالث: إلزام المحترف بوفرة السلع و تحقيق التوازن في توزيعها على المستهلكين
37.....	الفرع الأول : منع احتكار السلع
37.....	الفرع الثاني : حظر إيقاف النشاط الصناعي والتجاري
37.....	الفرع الثالث : إلزام أصحاب المؤسسات أو المهنيين أو الموزعين بتحقيق التوازن في توزيع السلعة على المستهلكين
38.....	المطلب الرابع: الالتزام بالمطابقة
38.....	الفرع الأول : مفهوم المطابقة
40.....	المبحث الثاني: الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك
40.....	المطلب الأول : دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك
40.....	الفرع الأول : دور وزارة التجارة
43.....	الفرع الثاني : دور مجلس المنافسة
44.....	الفرع الثالث : دور إدارة الجمارك
45.....	الفرع الرابع : دور الجماعات المحلية في حماية المستهلك
46.....	المطلب الثاني : دور الأجهزة القضائية في حماية المستهلك
46.....	الفرع الأول : سلطة القضاء في الدفاع وحماية المستهلك
48.....	الفرع الثاني : حق المستهلك في اللجوء إلى القضاء
49.....	الفرع الثالث : المسؤولية المقررة على المحترف
51.....	المطلب الثالث : دور جمعيات حماية المستهلك
52.....	الفرع الأول: التدخل الوقائي لحماية المستهلك
53.....	الفرع الثاني : التدخل الدفاعي لحماية المستهلك
56.....	المبحث الثالث : الحماية الجنائية للمستهلك
57.....	المطلب الأول : جريمة خداع المتعاقد (أركانها وعقوبتها)
57.....	الفرع الأول : تعريف جريمة الخداع
58.....	الفرع الثاني : الركن المفترض لجريمة الخداع
60.....	الفرع الثالث : العقوبات المقررة لجريمة الخداع
61.....	المطلب الثاني : جريمة الغش في البضاعة (أركانها وعقوباتها)
62.....	الفرع الأول : تعريف جريمة الغش
62.....	الفرع الثاني : محل الغش
63.....	الفرع الثالث : الركن المادي في جريمة الغش

65	الفرع الرابع : الركن المعنوي لجريمة الغش
65	الفرع الخامس : العقوبات المقررة لجريمة الغش
71	الفصل الثالث : دراسة حالة (المخبر الولائي للوقاية)
71	المبحث الأول : المخبر الولائي للوقاية
71	المطلب الأول : نبذة عن المخبر الولائي للوقاية
71	الفرع الأول : لمحة تاريخية عن المخبر
71	الفرع الثاني : تنظيم المخبر الولائي للوقاية
71	الفرع الثالث : مهام المخبر الولائي للوقاية
72	المطلب الثاني : الهيكل التنظيمي للمخبر الولائي للوقاية
74	الفرع الأول : مكتب الاستقبال
74	الفرع الثاني : مكتب رئيس المصلحة
74	الفرع الثالث : مخبر الجرثوميّات العامة (الطفيليات)
74	الفرع الرابع : مخبر Bk السل
74	الفرع الخامس : مخبر حمى المستنقعات
74	الفرع السادس : مخبر الجرثوميّات (ماء ، الأغذية)
74	الفرع السابع : مخبر الأمراض الداخلية (السرطان)
74	المبحث الثاني : الإجراءات المتخذة أثناء كشف حالة التسمم الغذائي بسبب الغش
74	المطلب الأول : النصوص المتخذة في جريمة الغش
74	الفرع الأول : تحديد طبيعة الغش
75	الفرع الثاني : النصوص المتخذة في جريمة الغش حسب الحالة
75	المطلب الثاني : الجزاءات المقررة لهذه الحالة
78	الخاتمة
	المراجع
	الملاحق
	الفهرس

الفصل الأول

تقديم عام لتشريعات حماية

المستهلك في الجزائر

عتبر تقديم القوانين والتشريعات الخاصة بموضوع حماية المستهلك والتي ترتبط به ارتباطا وثيقا أكثر أهمية للإلمام بالموضوع ، وكمدخل رئيسي عام للموضوع للإحاطة بجميع الجوانب ونزع بعض اللبس الذي يشوب جوانبه ، لأن دراسة هذا الفصل تعتبر جزء لا يتجزأ من البحث كله وهي دراسة قانونية لوضعية المستهلك الجزائري عبر مراحل التشريع الجزائري منذ الاستقلال إلى تاريخ إنجازنا لهذا البحث وهذا ما سنتعرف عليه في هذا الفصل من خلال المباحث الثلاثة الآتي ذكرها :

المبحث الأول : المفاهيم الأساسية للمستهلك وأنواعه وسلوكاته والعوامل المؤثرة فيه وعلاقته بالمنتج

المبحث الثاني : تطور تشريعات حماية المستهلك في الجزائر

المبحث الثالث : مكانة المستهلك في ظل المنافسة الحرة .

المبحث الأول : المفاهيم الأساسية للمستهلك وسلوكه والعوامل المؤثرة فيه وعلاقته بالمنتج.

المطلب الأول : مفهوم المستهلك لغة واصطلاحا

الفرع الأول : مفهوم المستهلك لغة : المستهلك لغة هو الشخص الذي يقوم بعملية الإستهلاك فهو الفاعل الذي أفنى الشيء أو أخذ منفعته فنقول مستهلك السلعة أي من قام بالإستفادة منها واستغل رغباته وحاجاته منها بزوال نفعها .

الفرع الثاني: مفهوم المستهلك اصطلاحا :

- فالمستهلك يعرف اصطلاحا بأنه "الفرد الذي يستهلك السلع سواء كانت مؤقتة أو مستديمة أو ينتفع بالخدمات ويقابل المنتج الذي يقوم بإنتاج السلع"

وحسب تعريف آخر هو الشخص الذي يشتري منتجات للاستعمال الشخصي على أن نأخذ بعين الاعتبار متغيرات نابعة من الفرد ذاته ومتغيرات خارجية وكذلك خصائص المنتج مع ضرورة الربط بين هذه المتغيرات الثلاث. يلاحظ أن التعريف الأول يركز على شمولية مصطلح المستهلك سواء اقتنى الفرد سلعة أو خدمة ما ، مرة أو عدة مرات فيطلق عليه مستهلك.

غير أن إطلاق صفة (الشخص) على المستهلك في التعريف الثاني يكشف الجوانب الإجتماعية لهذا المصطلح فالشخص حسب علماء الاجتماع يعني : "وحدة للتحليل السوسيولوجي موضوع اجتماعي يحضى بمكانة خاصة ويؤدي أدوارا اجتماعية تنطوي على مسؤوليات نحو ذاته ونحو الآخرين بوصفه عضوا في مجتمع ومشاركاً في مثله وتقاليده الثقافية"¹.

الفرع الثالث : مفهوم المستهلك تشريعيا : المشرع الجزائري لم يعرف المستهلك في القانون رقم 89-02 إلا أنه عرفه من خلال المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش الصادر في 30-01-1990 { المستهلك كل شخص يقتني بضمن أو مجانا منتوجا أو خدمة معدين للاستعمال الوسيطى والنهائى لسد حاجاته الشخصية أو حاجات شخص آخر أو حيوان يتكفل به }² ونفس التعريف نقله المشرع الجزائري بموجب القانون الجديد لحماية المستهلك

¹ سيف الاسلام شوية (سلوك المستهلك والمؤسسة الخدماتية اقتراح نموذج للتطوير) كلية الاداب والعلوم الانسانية والإجتماعية جامعة عنابة سنة 2006 م الصفحة 19/18.

² يوسف عشيرة خديجة (ضمان خدمة ما بعد البيع وقمع الغش في قانون المستهلك الجزائري) مذكرة تخرج لنيل شهادة الدراسات الجامعية التطبيقية 2011/2010 صفحة 09

- وقد عرف المشرع الجزائري المستهلك في القانون الجديد الأخير رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الصادر بتاريخ 25 فبراير 2009 على أنه : { المستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجات شخص آخر أو حيوان متكفل به.¹
- وقد عرف المشرع الجزائري أيضا المستهلك بموجب القانون 04-02 المعدل والمتمم بـ ق 10-06 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أنه : {المستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني²
- على كل يبقى مصطلح المستهلك جديدا في التشريع الجزائري حيث ظهر هذا المصطلح لأول مرة من خلال القانون 89-02 الصادر 07 فبراير 1989م الملغى المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك وهذا بعدما كان المصطلح التقليدي السائد في القانون المدني الذي يطلق عليه "المشتري" فتغير مدلول المصطلح كانت نيعا للظروف الاقتصادية بالدرجة الأولى وذلك قصد الوصول إلى إضفاء حماية واسعة لهذا الطرف في العلاقة الاقتصادية والاستهلاكية.
- * المشرع الجزائري أطلق الصفة الاجتماعية للمستهلك عندما ذكر بأنه شخص .
- * المشرع الجزائري يعدد الاستفادة ، فالمنتج قد يسد حاجة المستهلك أو حاجة شخص آخر وحتى الحيوانات التي يتكفل بها .
- * المنتج يقتني مباشرة من عند المنتج أو عن طريق ثان (وسيط)
- الفرع الرابع: التعريف الفقهي للمستهلك :** يتنازع التعريف الفقهي للمستهلك مفهومين : مفهوم واسع ومفهوم ضيق .
- فأما الواسع : فيقصد به كل من يرم تصرفا قانونيا من اجل استخدام المال أو الخدمة في أغراضه الشخصية أو في أغراضه المهنية .
- أما الضيق وهو الراجح فيعرف المستهلك بأنه الشخصي الذي يسعى للحصول على حاجته من مختلف السلع والخدمات ونستخلص من هذا التعريف ما يلي:³
- المستهلك قد يكون شخص طبيعي أو معنوي المستهلك هو الذي يسعى للحصول على السلع والخدمات لاستعماله الشخصي أي ينتفع بها دون أن تكون له نية مسبقة للمضاربة أو نية البيع أو غير ذلك .
- المستهلك لا يتمتع بالقدرة الفنية للحكم على ما يسعى لاقتنائه والحصول عليه .
- فالمستهلك هو ذلك الشخص الذي يحصل على سلع أو خدمات بهدف غير مهني وهذه المنتوجات تقدم له من طرف شخص آخر غالبا ما يكون محترفا والعقد المبرم بين المستهلك والمحترف يسمى عقد الاستهلاك .
- لكن ليس الأمر كذلك كون أن منتج محل شراء من طرف شخص ما يمكن مثلا استعماله من قبل أفراد آخرين كأفراد عائلته الذين هم بالنسبة لعقد البيع من الغير هذا الغير هو المستهلك في نفس الوقت لكنه يكون على الهامش من زاوية حق مرتبط بمفهوم العقد إما أن يحصل أو يستعمل ، فالمستهلك يعتبر دائما شخصا والهدف غير المهني يقتضي وجود احتياجات خاصة التي هي أساسا احتياجات الأشخاص الطبيعيين .

¹ قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش (ج ر) المادة 03 الفقرة 02 منه

² قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 يونيو 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية

³ - يوسف عشيرة خديجة (ضمان خدمة ما بعد البيع وقمع الغش في قانون المستهلك الجزائري) مذكرة تخرج لنيل شهادة الدراسات الجامعية التطبيقية جامعة حسبية بن بو علي الشلف 2010/2011 صفحة 09-10

- لكن نعرف لبعض الأشخاص المعنوية بصفة المستهلك متى كان نشاطها غير مهني ولا يهدف إلى تحقيق الربح من ذلك ونذكر على سبيل المثال الجمعيات الثقافية والرياضية والدينية التي تسعى إلى تأطير الشباب وتحسين السلوكيات في المجتمع فمثلا هؤلاء يمكنهم التمتع بالحماية المقررة في قانون الاستهلاك أثناء إبرامها للعقود مع غيرها .¹

- المطلب الثاني: أنواع المستهلك

- الفرع الأول : المستهلك النهائي : وهو الشخص الذي يشري السلعة للاستعمال الخاص به أو لأحد معارفه أو أقربائه وبالتالي تصبح سلعة استهلاكية أخيرة .

- الفرع الثاني : المستهلك الصناعي أو (الوسيطي) هو الشخص الذي يشري السلعة بغرض استخدامها في أغراض إنتاجية لإعادة بيعها أو انتاج سلعة أخرى أو خدمة وتوزيعها وتسمى هذه السلع بالسلع الصناعية مثال: المواد الأولية والآلات وقطع الغيار وعموما فالمستهلك النهائي والمستهلك الوسيط يظهران كطرف في حاجة إلى حماية نظرا لانعدام خبرتهما وضعف موقفهما.²

الفرع الثالث: المستهلك الشخصي (الفرد): هو الذي يشتري سلعة أو خدمات للاستعمال الشخصي أو الاستعمال لأحد أفراد أسرته.

الفرع الرابع : المستهلك التابع للمنظمة : هو الفرد المسؤول داخل منظمة ما كمشراء مواد خام أو معدات بهدف إدارة المنظمة فيقوم بشراء المواد الخام بهدف تصنيعها والخروج بمنتجات خاصة بها.³

المطلب الثالث : سلوكات المستهلك والعوامل المؤثرة فيه :

الفرع الأول: مفهوم سلوك المستهلك

يشير سلوك المستهلك إلى "دراسة المستهلكين عندما يقومون بتبادل شئ ذي قيمة بالسلعة أو الخدمة التي تشبع حاجاتهم" وطبقا لهذا التعريف تتعلق دراسة المستهلك بالتعرف على كيفية قيامه باتخاذ القرارات التي تتعلق بتوجيه الموارد المتاحة له من وقت وجهد ومال لشراء واستهلاك السلع والخدمات التي تشبع حاجاته.

- وهناك تعريف آخر أن سلوك المستهلك هو "السلوك الذي يقوم به المستهلك عندما يبحث ويشتري ويستعمل ويقيم ويتخلص من السلع والخدمات (بعد استعمالها) التي يتوقع أن تشبع حاجاته"⁴

* يمتاز هذا المفهوم عن سابقه بأنه : يلقي الضوء أو يوضح الأنشطة التي يبذلها الفرد أو الشخص بهدف الحصول على أو استخدام الخدمات والسلع التي تشبع حاجاته

* أيضا يبين أن جوهر دراسة سلوك المستهلك هو الاجابة عن الأسئلة المتعلقة بـ : ماذا يشتري المستهلك ؟ ولماذا يشتري ؟ وكيف يشتري ؟ ومتى يشتري ؟ ومن أين يشتري ؟ ومدى تكرار الشراء ؟ وينجم سلوك المستهلك عن التأثيرات الشخصية وعوامل المحيط التي يمكن جمعها في المعادلة المختصرة الآتية : التي تدعى بمعادلة السلوك وهي : $C=F (P.E)$ حيث : C = يعبر عن سلوك المستهلك .

P = التأثيرات أو العوامل النفسية للفرد منها الدوافع ، الإدراك التعلم ، الشخصية ، الاتجاهات.

E = هي الضغوط التي تباشر على المستهلك من طرق قوى المحيط ومنها الثقافة الثقافات

¹ زويبر أرزقي : حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة مذكورة تخرج لنيل شهادة الماجستير في القانون جامعة مولود معمري تيزي وزو سنة 2011 صفحة 46.

² أ.د موسى زهية قانون الاستهلاك الإرسال الثاني جامعة منتوري قسنطينة . السنة 2006/2005 ص7.

³ أ- سيف الإسلام شوية مرجع سبق ذكره ص 19-20

⁴ - أ غنابي بن عيسى (سلوك المستهلك) "عوامل تأثير البيئة ديوان المطبوعات الجامعية الجزء الأول ص 16، 17 السنة 2010

الجزئية ، الطبقة الاجتماعية ، الجماعات المرجعية ، العائلة إلخ ويعتبر سلوك المستهلك صورة من صور السلوك الانساني عامة حيث يستمد مفهومه من مجموعة المعارف والعلوم كعلم النفس ، علم الاجتماع ، علم النفس الاجتماعي ، علم الاقتصاد والأنثروبولوجيا وغيرها.

الفرع الثاني : أسباب تطور وزيادة للاهتمام بدراسة سلوك المستهلك

- في الماضي كان التعرف على المشتري سهلا لعل بسبب قربهم من مواقع ومجالات الانتاج. لكن اليوم أدت بعض العوامل إلى زيادة الاهتمام بسلوك المستهلك وهي :
 - أولا : طبيعة العملية الاقتصادية حيث يعتبر المستهلك عاملا حيويا .
 - ثانيا : انتشار المفهوم التسويقي وتقبله في غالب الأحيان باعتبار المستهلك وحاجاته نقطتا التركيز في عملية التسويق.
 - ثالثا : ارتفاع معدل فشل الكثير من السلع الجديدة نتيجة عدم فهم سلوك المستهلكين التابعين للمؤسسات بالدقة .
 - رابعا : عوامل المحيط التي تؤثر على المؤسسات وتحدد بقاءها في السوق في أغلب الأحيان منها:
- النمو الديمغرافي - ارتفاع مستوى التعلم - ظهور أفكار جديدة تنادي لحماية المستهلك والبيئة سواء على المستوى الحكومي أو الفردي - تغير عادات المستهلك الشرائية وغيرها .

ونتيجة لهذه الأسباب والعوامل أصبح من الضروري على رجل التسويق القيام ببحوث التسويق ، وفي هذا السياق ومن هذا المنظور قد اقترح لازير ويليام (LAZER WILIAM) مجموعة من الاسئلة التي يجب الاجابة عنها لفهم سلوك المستهلك من جهة وإعداد السياسات التسويقية المواتية من جهة أخرى .¹

الفرع الثالث: أهداف دراسة سلوك المستهلك: تم وتفيد دراسة سلوك المستهلك كل من المستهلك والباحث ورجل التسويق لما يلي:

1. يمكن المستهلك من فهم ما يتخذه يوميا من قرارات شرائية المتمثلة في الأسئلة الآتية والمتنظر أن يجيب عنها :
 - أ. ماذا يشتري ؟ أي التعرف على الأنواع المختلفة من السلع والخدمات موضوع الشراء والتي تشبع حاجاته ورغباته.
 - ب. لما يشتري ؟ أي يحدد الأهداف التي من أجلها أقدم على الشراء أو المؤثرات التي تحثه عن شراء السلع والخدمات
 - ت. كيف يشتري ؟ إدراك العمليات الفنية والتقنية التي تنطوي عليها عملية الشراء .
2. يمكن للباحث فهم العوامل أو المؤثرات الشخصية والعوامل أو المؤثرات الخارجية (البيئية) التي تؤثر على تصرفات المستهلكين حيث يتحدد سلوك المستهلك الذي هو جزء من السلوك الانساني بصفة عامة نتيجة تفاعل هذه العوامل¹
3. تمكن دراسة سلوك المستهلك رجل التسويق من معرفة سلوك المشتريين الحاليين والمتحلمين والبحث عن الكيفية التي تسمح له بالتأقلم معهم أو التأثير عليهم وحملهم على التصرف بطريقة تتماشى وأهداف المؤسسة.

- على العموم تبقى عملية سلوك المستهلك **معقدة** لعدة أسباب منها :
 - أولا : تعقد الظاهرة : ذلك أن سلوك الشرائي يتأثر بالعديد من العوامل أو المؤثرات المتداخلة .
 - ثانيا : اختلاف النظريات التي حاولت تفسير سلوك المستهلك على أساس علمي بعيدا عن الارتجال والتخمين.
 - ثالثا : يعتبر سلوك المستهلك من الأسباب الحديثة نسبيا².

¹-عنابي بن عيسى (سلوك المستهلك : عوامل التأثير البيئية) ديوان المطبوعات الجامعية السنة 2010 ص 20.

¹ عنابي بن عيسى- نفس المرجع المذكور أعلاه ص21.

² عنابي بن عيسى مرجع سبق ذكره - ص 23.

الفرع الرابع : العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك:

أولاً: عوامل التأثير البيئية:

1. الثقافة:

- للثقافة تعاريف مختلفة ولإعطاء أمثلة من التعاريف الشائعة للثقافة سيساعدنا على الإلمام بالجوانب والأبعاد المختلفة التي تضمها الثقافة وفيما يلي بعض التعاريف :
- تعرّف الثقافة بأنها: "مركب من المعرفة والعقائد والفنون والأخلاقيات والقانون والعادات والقيم والتقاليد المختلفة التي يكتسبها الفرد باعتباره عضواً في المجتمع وبالتالي يمكن اعتبارها نمطاً للسلوك يتبعه أعضاء المجتمع الواحد"³
 - كما تعرّف الثقافة على أنها "مجموعة المعتقدات والقيم والعادات التي يتعلمها أفراد مجتمع معين والتي توجه سلوكهم كمستهلكين."⁴
 - هناك تعريف آخر ينص على أن الثقافة هي: "النسيج المتكامل لخصائص الميزة للسلوك المكتسب التي يشترك فيها أفراد مجتمع معين"¹
 - فنستنتج من التعاريف الثلاثة السابقة أن الثقافة تمتاز بما يلي:
1. تعتبر الثقافة سلوكاً مكتسباً: أي الفرد لا يورثها وإنما يتعلمها عن طريق العيش في مجتمع معين.
 2. إن معتقدات الفرد قيمه وعاداته وغيرها من مكونات الثقافة تؤثر على الطريقة التي يستجيب بها الفرد لموافقة معينة في حياته اليومية كذلك المواقف السلوكية تجاه السلع والخدمات المعروفة بالثقافة .

2- الطبقات الاجتماعية:

- تعرف الطبقة الاجتماعية بأنها: " مجموعة متجانسة من الأفراد الذين لهم نفس القيم والاهتمامات والسلوك أو يدون أوجه مقاربة فيما يخص سلوكهم وآراءهم"²
- وهناك تعريف آخر يشبه التعريف السابق ويرى أن الطبقة الاجتماعية هي "التقسيم الاجتماعي المتدرج للمجتمع إلى مجموعات مميزة ومتجانسة بالنسبة للاتجاهات والقيم وطرق المعيشة."³
- من التعريفين السابقين يتضح أن الطبقات الاجتماعية ما هي إلا محاولة لترتيب أفراد المجتمع تتميز كل مجموعة بمكانة اجتماعية معينة وتتقارب في السلوك والآراء والقيم والاتجاهات وطريقة المعيشة .
 - فالمجتمع يقسم أفراداً وفق تدرج اجتماعي وتجد في كل مجتمع أفراد معينين ويشغلون مراكز غاية في القوة والمكانة.
 - وبما أن نفس أفراد الطبقة الاجتماعية يميلون إلى سلوك مميز من حيث تفضيلاتهم المتشابهة للسلع والخدمات والتسوق في نقاط بيع مشتركة ، ومتابعة برامج ثقافية وترفيهية معينة وقراءة صحف ومجلات محددة.

3. الجماعة المرجعية:

- تعرف الجماعة المرجعية بأنها: "مجموعة الأشخاص التي تؤثر إيجابياً أو سلباً على الفرد في اتجاهاته وسلوكاته وعلى حكمه التقويمي"⁴
- وتعرف كذلك: "مجموعة حالية أو تخيلية تؤثر سلباً أو إيجاباً على التقييم الطموح والسلوك لدى الفرد."⁵

^{3، 4}. عنابي بن عيسى -نفس المرجع السابق، ص 112.113.

¹ عنابي بن عيسى -نفس المرجع، السابق، ص 112.113.

^{2، 3} عنابي بن عيسى -نفس المرجع، السابق، ص 143

^{4، 5، 6} عنابي بن عيسى -نفس المرجع، السابق، ص 175.

- وتعرف كذلك: "بأنها أي شخص أو جماعة تستخدم كنقطة للمقارنة أو كمرجع للفرد في تكوين قيمه واتجاهاته وسلوكه سواء كانت عامة أو خاصة"⁶

• فيتضح من التعاريف الثلاثة السابقة أن الجماعات المرجعية:

1. هي ببساطة أفراد أو مجموعة من الأفراد تستعمل كمرشد للسلوك في مواقف مختلفة كما في الحزب السياسي أو الجامعة أو الهيئات المختلفة.

2. هي المجموعات التي يتطلع الفرد إلى الاقتداء بها بتصرفاتها باعتبارها الإطار المرجعي الأساسي لاتخاذ قراراته الشرائية .

3. تلعب دورا هاما في التأثير على قيم الفرد واتجاهاته وسلوكه المتعلق بالاستهلاك والتأثير الممارس للاتجاهات من طرف هذه الجماعات ينشأ من:

أ. المصادقية المترتبة على المعلومات المقدمة .

ب. الامتثال لقواعد (فعل أو امتناع) الجماعة المدعم بالمكافآت التي تمنحها للأشخاص الذين يذعنون لتلك القواعد.

ت. حاجة الأشخاص للتعبير عن قيمهم الشخصية وبالتالي تكون المجموعة المرجعية أداء لإبراز الارتباط و التمسك بتلك القيم .

• الجماعة المرجعية هي مجموعة من الأفراد تمثل جماعة مرجعية ذات تأثير كبير على سلوك المستهلك وهي على سبيل المثال :

1

- العائلة

جماعة أصدقاء

الجمعيات الرسمية

جمعيات حماية المستهلك ، وهذه الأخيرة ستطرق إليها بالتفصيل في الفصل الثاني.

4. العائلة:²

أ. تمهيد : للعائلة مكانة هامة في دراسات سلوكيات المستهلك الأخير باعتبارها الجماعة المرجعية والمؤثرة الأولى كما أنها

الوحدة الاستهلاكية الطبيعية التي تقوم بشراء عدد كبير من السلع والخدمات ويتأثر سلوك العائلة بعوامل كثيرة منها

الطبقات الاجتماعية ، الجماعات المرجعية ، المرحلة التي تمر بها العائلة من دورة حياتها وإذا كانت المرأة تعمل أو لا ،

الموقع السكني (حضري أو ريفي) وشخصية كل من الزوج والزوجة.

ب. تعريف العائلة : يمكن التمييز بين نوعين من الخلايا العائلية : العائلة الأصلية والعائلة الحالية .

أولا : العائلة الأصلية : تتكون هذه العائلة من أباء و أمهات أخوة وأخوات شخص وهي العائلة التي تربى فيها الفرد ومنها

يكتسب العديد من القيم والاتجاهات الفكرية نحو الدين ، السياسة ، الاقتصاد ، الاستهلاك.

ثانيا: العائلة الحالية: تتكون هذه العائلة من الزوج أو الزوجة والأولاد، وهي العائلة الشائعة في معظم المجتمعات فيكونها الفرد

من خلال الزواج والإنجاب

- وكثيرا ما تستعمل كلمة الوحدة السكنية لتعريف العائلة أو الأسرة ومع ذلك لا يمكن اعتبار كل وحدة سكنية عائلة أو أسرة وما يهمنا هنا هو التمييز بين المفهومين.

¹ - أ- عنالبي بن عيسى - نفس المرجع السابق، ص175.176.

² - أ- عنالبي بن عيسى - نفس المرجع ، ص213.

- فلقد عرّفت العائلة تقليدياً بأنها جماعة تتكون من شخصين مؤلفة من الزوجين وعند الاقتضاء مع أولاد بدون زواج لا يتعدى عمرهم 25 سنة، أو من شخص أعزب، أرمل، مطلق أو منفصل عن زوجته، ومع الأولاد بدون زواج وعمرهم أقل من 25 سنة.

ج. وظائف العائلة :¹

1- الرفاهية الاقتصادية : يعتبر ضمان الرفاهية الاقتصادية لكل أفراد العائلة كالزوجة أو الأولاد من الأدوار السياسية التي تؤديها العائلة من خلال الأولياء وقد تغير توزيع الأدوار التي تهدف إلى ضمان الرفاهية الاقتصادية في السنوات الأخيرة ، فمثلاً تغير أدوار الزوجين بعد خروج الزوجة للعمل ، ولم يعد دور الزوجة مقتصرًا على إدارة المنزل وتربية الأطفال فقط ، وإنما أصبحت تساهم كثيراً في تحمل المسؤولية المالية للعائلة ، وبدأ الزوج يشارك في الأنشطة المنزلية ، كما لا ننسى دور الأطفال الاقتصادي إزاء عائلاتهم ، فكثير من الشباب يعمل اليوم بهدف المساهمة في نفقات العائلة من جهة وتحضير استقلالهم المادي في المستقبل من جهة أخرى.

2- المساعدة النفسية : تعتبر المساعدة والمساندة النفسية للجميع أحد الوظائف الرئيسية للعائلة ، فالعائلة الناجحة يمكن أن تساعد أفرادها في حل مشاكلهم اليومية ، وإذا فشلت العائلة في أداء هذه الوظيفة جزئياً أو كلياً غالباً ما تلجأ إلى أخصائي كالطبيب النفسي .

3-تحديد مستوى مناسب للمعيشة : يعتبر تحديد مستوى معيشة مناسب لكل أفراد العائلة وظيفة هامة أخرى فتربية وخبرة الزوجين والأهداف التي سطرت من طرفهما جماعياً أو بطريقة منفردة يحدد الأهمية النسبية التي يضعها كل منهما للتعليم أو للمهنة أو القراءة أو لمشاهدة التلفزيون وللتتره

- ويعتبر عامل الوقت أحد العناصر الرئيسية لتحديد مستوى المعيشة ، ويؤثر هذا الأخير كثيراً على النماذج الاستهلاكية لأعضاء العائلة ، فالزوجات اللائي يعملن خارج المنزل يخصصن وقتاً أقل لأداء الأعمال المنزلية ويترتب على ذلك زيادة الطلب من طرفهن على السلع التيسيرية كالوجبات الجاهزة أو على المطاعم التي تقدم الوجبات السريعة.

4. تربية الأطفال: يعتبر التكيف أو التنشئة الاجتماعية للأطفال وظيفة رئيسية أخرى للعائلة وتمثل في تعليم وزرع القيم وأنماط السلوك في الطفل التي تتلاءم مع ثقافة المجتمع المحلية .

- وتشمل ذلك تطوير الشخصية وطرق الملبس واللغة وغيرها من القيم والسلوك
- وتكيف الطفل في المجتمع يتم مباشرة في نفس الوقت مع التعليم أو بطريقة غير مباشرة من خلال ملاحظة سلوك الوالدين.
- ومن الجوانب أكثر أهمية بالنسبة لرجل التسويق هو تكيف المستهلك اجتماعياً ، أي الإجراءات التي تتم بواسطتها اكتساب المهارات والمعرفة والاتجاهات الضرورية للقيام بدور المستهلك.
- وقد اهتمت العديد من الدراسات بهذا المجال وأثبتت إحداها أن المهارات الاستهلاكية التي يتبناها الأطفال تأتي أساساً من خلال مشاهدة الوالدين ولكن الأمر يختلف عندما يبلغون مرحلة المراهقة حيث يلجأون إلى أصدقائهم.

ثانياً: عوامل التأثير النفسية أو الشخصية: يتأثر السلوك الشرائي أو الاستهلاكي للفرد لحدود ذاتية ترجع إلى المستهلك نفسه نذكر منها:

1- الدوافع:

لقد تعددت تعاريف الدوافع ولا بأس أن نعرض بعضها فيما يلي :

¹ - عنابي بن عيسى، سلوك المستهلك، عوامل التأثير البيئية، الجزء الأول، ص 215- 216- 217

- الدافع عنصر انفعالي يعمل على توجيه سلوك الفرد نحو تحقيق بعض الأغراض ، وقد يكون هذا العنصر خارجيا وهنا يصبح الدافع هدفا يعمل الفرد على تحقيقه رغبة في التوصل إلى حالة من التوازن النفسي وقد يكون داخليا وهنا يصعب تحديد معناه نظرا لارتباطه بمجموعة العوامل النفسية الداخلية للفرد.
- الدافع هو تلك الحالة أو القوة الداخلية النابعة من الفرد التي تنشّط الفرد وتحركه وتدفع سلوكه في أهداف محددة.
- الدافع عامل داخلي لدى الفرد يوجه وينسق بين تصرفاته وسلوكه.
- واستنادا إلى ما تقدم من تعاريف يمكن استخلاص الخصائص التالية للدوافع :
 - الدوافع ليست منشئة للسلوك ولكنها توجه وتحدد قوته.
 - الدوافع لا يمكن ملاحظتها مباشرة "إنما يمكن الاستدلال على وجودها فملاحظة السلوك الظاهر للفرد ، فهي عبارة عن هيكل متداخل يعرف على أساس اشتراطات سابقة وسلوك لاحق يمكن من خلاله الاستدلال على نوعية الدوافع".¹

2. الإدراك:

- يعرّف الإدراك بأنه: "العملية التي يقوم الفرد بفضلها باختيار وتنظيم وتفسير ما يحصل عليه من المعلومات لتكوين صورة واضحة عن الأشياء المحيطة به".²
- كما يقصد به: "المعلومات التي يتلقاها الفرد من المصادر المختلفة إلى نسقه الفكري والإدراك ، ويقوم بالانتقاء منها وتفسيرها واستيعابها وفهمها بطريقته الخاصة متأثرا بما لديه من خبرات ومعلومات وانطباعات وتصورات"³
 - فالإدراك إذا هو استقبال الذهن لصور الأشياء، الأفكار أو الأحداث المدركة كما تبدو وكما تنقله الحواس الخمسة، أي تفسير الأشياء كما يتصورها الفرد وليس كما هي في الواقع، وعلى هذا الأساس يختلف الأفراد في إدراكهم لنفس المعلومات التي يتم بثها طبقا للاختلافات الفكرية والمعرفية والشخصية بينهم.

3. التعلم:

- يعرف التعلم بأنه: "التغير الدائم في السلوك الذي ينتج عن الخبرة المكتسبة من التجارب السابقة والتي يتم تدعيمها بصورة أو بأخرى"¹
- وهو أيضا "تراكم المعرفة عن طريق الخبرات المكتسبة بتكرار التجربة وغير ذلك بما يؤثر على السلوك تجاه التغير".²
 - هكذا فإن التعلم يشير إلى تغيير الخبرة المباشرة وغير المباشرة في سلوك الفرد، وهو يشمل عنصر التغيير الذي ينتج من التجارب والممارسات اليومية التي تتخذ أشكالا مختلفة داخل الفرد كمواطن أو كمستهلك .
 - ويستثنى من التعريفين السابقين بعض التصرفات التي لا تعتبر تعلما مثل : التغييرات الناتجة عن النضج والنمو الطبيعي للإنسان.

¹ عنابي بن عيسى (سلوك المستهلك الجزء الثاني) ديوان المطبوعات الجامعية، السنة 2010، ص 32-33.

²،³ - عنابي بن عيسى - نفس المرجع السابق، ص 85.

¹ ² ³ - عنابي بن عيسى - نفس المرجع السابق، ص 119.118.

- على سبيل المثال نجد أن الحالات المؤقتة في التعب والجوع لا يمكن اعتبارها متعلمة ، إضافة إلى ذلك فإن التعلم أو التعليم قد يتضمن مهارات عقلية أو أنشطة بدنية، فيمكن للفرد أن يتعلم الأفكار والمبادئ والنظريات كما يمكن أن يتعلم قيادة الشاحنات ، ولعب الشطرنج... إلخ.³

4. الشخصية:

أ. **تعريف الشخصية:** يقصد بالشخصية: "مجموعة الخصائص التي يتميز بها الفرد والتي تحدد مدى استعداده للتفاعل والسلوك"⁴

- وتعرف بأنها: "جملة المعطيات البيولوجية الفطرية والأهواء والدوافع ، والرغبات والغرائز لفرد ما وجملة الاتجاهات المكتسبة بفضل التجربة."⁵
- كما تعرف كذلك: "مجموعة من الخصائص السيكولوجية المميزة التي تؤدي إلى نمط من الاتجاهات المتسقة والثابتة للمحيط."⁶
- يتبين من التعريفات السابقة أنه ليس من السهل اقتراح تعريف محدد لشخصية الإنسان، يحدد لنا حقيقة الصفات أو الخصائص التي تكونها.

ب- **مميزات الشخصية :** للشخصية مميزات منها :

- هي ذلك التفاعل القائم بين مجموعة وظائف بسيكولوجية وبيولوجية وليست واحدة لكل الناس رغم التشابه الموجود في بعض نواحيها نظرا لأنهم نشأوا في بيئة ثقافية واحدة.
- إن الشخصية ليست مجموعة من الصفات والخبرات والرغبات والدوافع بل هي أكثر من هذا كله.
- توصف الشخصية عادة في ضوء مجموعة من الخصائص أو الصفات مثل: الثقة بالنفس-الكبرياء أو التواضع - الخضوع أو السيطرة - الطموح والمبادرة السلبية ، والعدوانية - والمدح وهكذا ، وهذه الصفات هي التي تكشف عن سلوك الفرد في الحياة.⁷

المطلب الرابع : المحل في عقد الاستهلاك (المنتج) :

- تعتبر المنتوجات بمثابة الركن الثالث في عقد الاستهلاك حيث يتم إبرام عقد الاستهلاك بين المستهلك والمهني قصد الحصول على منتوجات طبقا للاتفاق المبرم فيما بينهما ، فمعرفة أنواع المنتوجات ليس الهدف منها هو حصرها وإنما يكتسي ذلك أهمية لتحديد مجال تطبيق قانون حماية المستهلك من حيث الموضوع.
- بالرجوع إلى المادة 02 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش (09-3) تنص على أنه: "تطبق أحكام هذا القانون على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجانا وعلى كل متدخل وفي جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك". فمما لا شك فيه أن المنتوجات قد تكون سلعا أو خدمات.¹

الفرع الأول: السلع: تنص المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش الصادر في 1990/01/30 على أن:

^{4 5 6 7} عنابي بن عيسى-نفس المرجع السابق، ص 169.

^{1 2} زويبر أرزقي : حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في القانون جامعة مولود معمري كلية ح.ع.س سنة 2011 صفحة 51-52

"المنتج هو كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية"

- كذلك تنص المادة 140 مكرر فقرة 02 من التقنين المدني الجزائري على أنه "يعتبر منتوجا كل مال منقول ولو كان متصلا بعقار ، لاسيما المنتج الزراعي والمنتج الصناعي وتربية الحيوانات والصناعات الغذائية والصيد البري والبحري والطاقة الكهربائية".

فيفهم من هذه المادة أن المشرع يعتبر المنتج كل منقول مادي في حين نجد النصوص القانونية الأخرى التي جاء بها تشير إلى تعريفات مختلفة وهذا ما قد يثير نوعا من اللبس : فمثلا تنص المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 والمتعلق بضمان المنتوجات والخدمات على أن المنتج : "هو كل ما يقتنيه المستهلك من منتج مادي أو خدمة " أما المادة 02 من القانون رقم 04-04 المتعلق بالتقييس فلها تعرف : "المنتج : كل مادة أو مادة بناء أو مركب أو جهاز أو نظام أو إجراء أو وظيفة أو طريقة".

- وعليه فإن المشرع جعل في بعض الأحيان المنتج سلعة مادية ، وفي بعض الأحيان يعتبر المنتج خدمة ، فمثل هذا التناقض بين المواد قد يزيد من فرص تأويل النصوص القانونية بما لا يتناسب مع أهداف قانون حماية المستهلك ².

* لقد أحسن المشرع صنعا مع مرور الوقت في حسم الأمر وذلك بصدر القانون الجديد المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في 2009 أين أعطى تعريفا للمنتج مبينا فيه أنه يدخل تحت هذا المفهوم كل من السلعة والخدمة حيث تنص المادة 03 منه في فقرتها 11 على أن "المنتج: كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا" ¹.

* بالإضافة إلى ذلك فقد قدم المشرع عدة تعريفات للمنتج في تعيين المادة والغرض من ذلك هو رفع اللبس والغموض عن مختلف المصطلحات وعلى سبيل المثال نذكر تعريف المادة الغذائية بأنها : "كل مادة معالجة أو معالجة جزئيا أو خام ، موجهة لتغذية الإنسان أو الحيوان ، بما في ذلك المشروبات وعلك المضغ ، وكل المواد المستعملة في تصنيع الأغذية وتحضيرها ومعالجتها باستثناء المواد المستخدمة فقط في شكل أدوية أو مواد التجميل أو مواد التبغ" ¹.

* كذلك تعرف السلعة بأنها : "كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانا" ².

* تشمل هذه النصوص القانونية إلى جانب النصوص الأخرى وكذا اللوائح على المواصفات ومتطلبات السلع وكذا غيرها من مواد استهلاكية من حيث شروط تركيب المكونات الاختيارية أو الاجبارية والمستويات الدنيا أو القصوى لاستعمالها، كذلك تنص على المواد المضافة والحدود المسموح بها كذلك تحدد هذه النصوص الشروط والممارسات الصحية السليمة في انتاج السلع خاصة المواد الغذائية ³.

* كما أن التقدم التكنولوجي في مجالات الصناعة وحتى في مجال الزراعة أدى إلى تعاظم كمية السلع المطروحة للاستهلاك في الأسواق مع عدم إمكانية التكهن بما يمكن أن ينتج عنها من مخاطر ، وفي هذا المجال تعد المواد الغذائية والأدوية نظرا لاتصالها واستعمالها اليومي من أهم وأخطر المنتجات التي تهدد صحة وسلامة المستهلك بشكل مباشر ².

الفرع الثاني : الخدمات : إلى جانب السلع نجد الخدمات و التي هي منتج يخضع لقانون حماية المستهلك، يُقصد بها الأنشطة الاقتصادية غير المحسدة في صورة سلعة مادية، وإنما تقدم في صورة خدمة أو نشاط مفيد لمن يطلبه مثل الخدمات المالية من بنوك وشركات تأمين وأسواق المال وخدمات النقل البري والبحري والجوي، وكذلك خدمات شركات الاتصالات

¹ المادة 03فقرة 11 من القانون 03-09 الصادر في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

¹ المادة 03 من القانون السالف الذكر (03-09)

² المادة 03 فقرة 18 من القانون 03-09 السالف الذكر .

³ زوبير أرزقي، مرجع سبق ذكره، ص 52-53.

² زوبير أرزقي، نفس المرجع، ص 53

والخدمات السمعية والبصرية والمعلومات بما فيها الحاسوب الآلي والصناعات المرتبطة به ونشاط شركات السياحة وقطاع الإنشاءات ، والتعمير ومكاتب الاستشارات الطبية والقانونية والهندسية والخبراء، والمستشارين الأجانب.

- بالرجوع إلى قانون المستهلك الجزائري ، فإنه ينص في المادة 03 فقرة 17 منه على أن الخدمة : "كل عمل مقدم ، غير تسليم السلعة حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة".

• أما المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش فننص على أن : "الخدمة هو كل مجهود يقدم ما عدا تسليم المنتج ولو كان هذا التسليم ملحقا بالمجهود المقدم أو دعما له".

• من خلال النصين يتضح بأنه يمكن أن تكون الخدمة مادية أو مالية، ومن أمثلة الخدمات المادية نذكر الخدمات الطبية أو خدمات الفنادق، أو التنظيف أو التصليح ... إلى غيرها من الخدمات التي تقدم وتوجه للمستهلك، أما

من أمثلة الخدمات المالية يمكن أن نذكر خدمات القرض، خدمات التأمين، تقديم الاستشارات، خدمات ما بعد البيع ... الخ.

• الخدمات المقصودة هي تلك التي تشمل جميع النشاطات التي تقدم لجمهور المستهلكين أو تكون محل طلب من هذا الأخير باستثناء عمليات تسليم السلع، فيفهم من ذلك بأن الأشياء المادية مستقلة عن المجهود المبذول لتقديمها فالأداءات المبذولة تدخل في نطاق الخدمة حتى وإن كانت ناتجة عن تنفيذ عقد البيع أو ملحقة به ومثال ذلك الخدمات التي تقدم ما بعد البيع.

* لعل أهم الخدمات التي يعرفها العصر الحالي والتي تتدخل في الحياة اليومية للأفراد إن لم نقل أنها على ارتباط وثيق بكل الممارسات التي يقبل عليها المستهلك هي خدمات الانترنت نظرا لما توفره هذه الشبكة من معلومات عن مختلف الخدمات اليومية التي يرمها المتدخلون الاقتصاديون.

* الحماية التي يجب توفيرها في هذا المجال يجب أن تكون أكثر تدعيما عن غيرها في الخدمات الأخرى نظرا لما تتوفر عليه من مخاطر عظيمة، فتوفير الإطار القانوني الذي تمارس فيه خدمات الإنترنت وكذا مراقبتها لا بد أن يكون أكثر من الالتزامات الأخرى التي يجب أن تفرض على الأنشطة التي تفتحها ، وبالنتيجة فإن تقنية WEB تعد الوسيلة الأكثر فاعلية لتوفيرها أكبر قدر من المعلومات بالألوان والترفيه بأحسن آلية، وبأقل تكلفة فلا مصاريف للطبع والتوزيع ... ، هذه الوسيلة اهتم التشريع الجزائري بتنظيمها باعتبارها خدمة بموجب المرسوم التنفيذي 98-257.

المطلب الخامس: مفهوم المنتج أو المهني أو مقدم الخدمة:¹

الطرف الثاني في العلاقة الاستهلاكية هو المهني إذ تعددت واختلقت المفاهيم بشأنه وذلك يعود لعدة أسباب ، لكن السبب الرئيسي يعود إلى تأثير نظرية المستهلك على نظرية المهني إذ الأخذ بالمفهوم الموسع للمستهلك قد يؤدي أحيانا إلى غياب صفة المهني في الشخص المتعاقد الأمر الذي دفع بنا إلى ضرورة تحديد مفهوم المهني لمعرفة الحدود التي يجب أن يمارس فيها نشاطه وكذا الالتزامات التي تقع عليه.

* تنص المادة 03 من فقرة 08 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش أنه "المتدخل: كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك."

* كذلك تنص المادة 03 فقرة 02 من القانون رقم 08-12 المتعلق بالمنافسة على أن "المؤسسة : كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة ، نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات أو الإستيراد"

¹ زوبرير أرزقي، مرجع سبق ذكره ص 47 وما يليها

* أما المادة 03 من فقرة 02 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية فإنها تنص على أنه "عون اقتصادي : كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية ، يمارس نشاطه في القانون المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها".

* بالرجوع إلى المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15/09/1990 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات فإنها تنص على أن :
" المحترف هو منتج أو صانع أو وسيط أو حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته، في عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك..."
الفرع الأول: سمات أو صفات المهني:¹

1. معيار الاحتراف لمفهوم المهني: نظرا لصعوبة إيجاد تعريف دقيق للاعتراف فقد عرفه البعض أنه توجيه النشاط بشكل رئيسي أو بصفة معتادة إلى القيام بعمل معين بقصد الربح أو أنه مباشرة نشاط يتخذ كوسيلة لعيش صاحبه وإشباع حاجاته
2. معيار الربح لمفهوم المهني : يعتبر معيار الربح أمرا أساسيا في القانون التجاري لتحديد مفهوم التاجر ، لكن بالرجوع إلى قانون الاستهلاك فإن لهذا المعيار دور ثانوي في تحديد مفهوم المهني الذي يتعاقد مع المستهلك ، حيث يعتبر قانون الاستهلاك المهني بأنه ذلك الشخص الذي يقوم بتقديم شيء ما أو خدمة مقابل أجر أو مجانية لشخص طلبها يدعى المستهلك ، فعنصر الربح لا يمكن أن يكون محل نظر في علاقة المستهلك بغيره نظرا لوجود حالات لا يكون فيها هدف الربح كما هو الحال بالنسبة للتعاونيات والتي تقدم سلع أو خدمات .
* كما أن المشرع كان صريحا في المادة الثالثة (03) السالف ذكرها من ق 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، إذ أنه اعترف باقتناء السلعة أو الخدمة بمقابل أو مجانا ، ففي كلتا الحالتين لا يمكن للمهني أن يتهرب من التزاماته بأن يقدم المنتج مجانية.

الفرع الثاني: الفرق والعلاقة بين المهني والمستهلك:² يبقى على العموم الفرق بين المهني والمستهلك في النشاط الذي يمارسه كل منهما والغاية من التعاون مما لا شك فيه هو تمييز المهني عن المستهلك في الوضعية أو المركز الذي يحتله أي المهني من قدرات وتحفيزات مالية ، ومعارف تقنية والخبرة والتجربة في مجال النشاط ، وكذا القوة الآتية من تجمع المنتخبين والموزعين وتضامنهم وملكهم للمعلومات الكافية، عكس المستهلك يبقى دائما معزولا في مواجهة هؤلاء المهنيين (الخصوم) وفي مركز ضعف وتشتت وقلة الخبرة التقنية والقدرة المالية، وهنا تشتد المواجهة والصراع . لهذا أوجب المشرع الحماية للشخص أو للطرف الضعيف الذي يتصف بالمستهلك ، وهذا هو أساس قانون الاستهلاك.

- إن العلاقة بين المهني والمستهلك علاقة غير متوازنة ويتخللها في كثير من الأحيان التوتر والمشاكل فجاء قانون الاستهلاك بهدف إقامة توازن في هذه العلاقة ، ومنح قانون حماية المستهلك للمستهلك حقوق كوزن مقابل للامتيازات التي يتمتع بها المهني.
- ولكن يجب ألا يؤدي ما سبق ذكره إلى القول بأن المستهلك والمهني شخصان مختلفان تماما من المواطنين فجاء على لسان الرئيس الأمريكي جون كيندي في عام 1962 : (كلنا مستهلكين).

¹ - زوبير أرزقي، مرجع سبق ذكره، ص 48-49 وما يليها

² - زوبير أرزقي، نفس المرجع، ص 50

• هذا يعني أن الشخص الطبيعي يعتبر مستهلكا في مختلف فترات حياته وفضلا عن ذلك يمارس نشاطا مهنيا مثلا: حينما يشتري التاجر مواد غذائه يعتبر مستهلكا.

• فقانون الاستهلاك يتعلق بوظيفة اقتصادية وليس بنوع من الأشخاص.¹

الفرع الثالث: الحالات التي يقل فيها التمييز بين المهني والمستهلك:²

* أحيانا تقع على شخص صفتين مختلفتين وفي حالة هجونية (HYBRID) أحيانا إحداهما تصفه بالمهني وفي نفس الوقت تصفه الأخرى بالمستهلك ، هنا يجب اختيار تأهيل : إذا كان الشخص مستهلك فهو يتمتع بقواعد الحماية ، أما إذا كان مهني فلن يستفيد من هذه القواعد ، لكن الصعوبة تكمن في حالتين متميزتين :

أولا : لما يحصل شخص ما على منتج أو خدمة لغرض مزدوج (مهني وغير مهني بالمرّة مثلا : وكيل عقاري يشتري سيارة يستعملها لتنقلاته المهنية ، ولتنقلات العائلة ، أو كصاحب حافلة نقل المسافرين فهو يقدم خدمة نقل المسافرين بمقابل وأحيانا يستعملها لنقل عائلته، إذن هنا يجب تطبيق على هذا الافتراض القاعدة التي يتوافق فيها الأصل على التابع قليل جدا .
ثانيا : هناك حالة شخص ما يحصل على منتج أو خدمة لاحتياجاته المهنية لكنه يعمل خارج اختصاصه المهني، هنا الاجتهاد القضائي سيّد الموقف أو الفاصل، وهذا الشخص يعتبر كمستهلك عادي .

المبحث الثاني : تطور حركة حماية المستهلك في الجزائر

المطلب الأول: قانون حماية المستهلك: هو مجموعة القواعد القانونية التي تحكم العلاقة بين المستهلك والمحترف أي كل متدخل في عملية عرض السلعة للاستهلاك، ولتطبيق هذه النصوص لابد من توافر شرطين أساسيين:

الشرط الأول : وجود سلعة أو خدمة : تقدم بغرض الاستهلاك الذي قد يُسأل المنتج أو المعارض عن تقديمها للغير وعما يصيبه بعد استهلاكها.

الشرط الثاني: عرض السلعة للاستهلاك : فبمجرد العرض تصبح نصوص وقواعد حماية المستهلك سارية ضد المعارض في حالة إصابة حائز السلعة أو مستهلكها وعليه يطبق عليه قانون حماية المستهلك .

المطلب الثاني : تشريعات حماية المستهلك في ظل المرحلة التي سبقت صدور قانون 89-02

إنّ الحارس لتطور تشريعات حماية المستهلك في الجزائر يستطيع أن يمر بعدة مراحل، نبدأ تناولها بالمرحلة التي سبقت صدور القانون 89-02 ، وتميزت هذه المرحلة ببعض القوانين العامة والتي لم توفر للمستهلك الجزائري الحماية المطلوبة إلا أنّها أسست أسس هامة منها :

• الأمر رقم: 75-47 والذي عدل قانون العقوبات الجزائري لها ستحدث بعض الجرائم منها الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية وذلك من خلال المواد من 429 إلى 435 من ق. ع . ج.

• الأمر رقم : 76-65 المتعلق بتسميات المنشأ ، وكان الغرض منه حماية المنتج أصلا المؤرخ في 16 جويلية 1976. نلاحظ أن خلال هذه المرحلة أو الفترة حماية خاصة للمستهلك بل ولم يكن مصطلح المستهلك رائجا ولا معروفا استعملت المصطلحات مثل البائع والمشتري.

• بالإضافة إلى بعض النصوص الخاصة الواردة في القانون المدني الصادر بموجب الأمر : 75-58¹ المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتعلقة بالسكوت التدليسي والالتزام بالإعلام، وتلك المتعلقة بضمان العيوب الخفية.

¹ الأستاذة الدكتورة : موسى زهية : دروس في مقياس قانون الاستهلاك، الإرسال الأول، كلية الحقوق والعلوم الإدارية جامعة منتوري قسنطينة. السنة 2006/2005 ص6

² الأستاذة الدكتورة: موسى زهية، مرجع سبق ذكره ص 6.

¹⁻² - زويبر أرزقي، مرجع سبق ذكره، ص 27.

* ما نستخلصه مما سبق وما نلاحظه هو غياب الحماية الخاصة للمستهلك سواء من حيث غياب النصوص القانونية أو غياب الهيئات والأجهزة التي تدافع عن مصالح المستهلك هذا من جهة، ومن جهة أخرى أن النصوص القانونية الموضوعية آنذاك لم تعرف مصطلح المستهلك ، بل تكتفي بذكر المشتري، المبيع ... وهذا ما ينطبق على نصوص التقنين المدني.

* ما نستخلصه كذلك مما سبق نذكر أن حماية المستهلك والدفاع عنه كانت غائبة كثيرا وهذا راجع لعدة أسباب أهمها:

أ. أن الدولة هي التي كانت المتدخل المباشر في عملية الانتاج والتوزيع وبسط سلطتها في تنظيم الحقل الاقتصادي آنذاك وهو نظام الاقتصاد الاشتراكي أو نظام الاقتصاد الموجه ، الأمر الذي لم يسمح بظهور الفئات والحركات التي تطالب بحقوق وحماية المستهلك .

ب. الفراغ القانوني الذي كانت تعيشه الجزائر بعد الاستقلال لم يساعدها أو يعطي اهتماما لحركات حماية المستهلك إذ كان الهدف الاول هو استعادة السيادة الوطنية والعمل على حمايتها .

ج.الاختلاف في النظام الاقتصادي المتبع بين الجزائر وفرنسا حيث أن الجزائر إتبع النظام الاشتراكي عكس فرنسا التي اتبعت النظام الرأسمالي ، الأمر الذي أدى إلى صعوبة في تطبيق القوانين الرامية إلى حماية المستهلك إلا أن المشرع الجزائري في هذه الفترة قد أصدر قوانين المذكورة أعلاه يمكن إدراجها ضمن القوانين التي تهدف إلى حماية المستهلك.

المطلب الثالث: قانون حماية المستهلك في ظل القانون 89-02 إلى غاية 2009

تبدأ هذه المرحلة بصدر قانون 89-02 الصادر في 07 فبراير 1989² المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، إذ أولى هذا القانون حماية كبيرة للمستهلك فجاء منظما لـ 30 مادة تنص على حماية المستهلك والاعتراف بحقوقه المشروعة وأهمها:

- الحق في السلامة من المخاطر التي تمس صحة المستهلك وأمنه ومصالحه المادية.
- الحق في الحصول على منتج أو خدمة تتطابق مع المقاييس والمواصفات القانونية.
- الحق في التمثيل والتقاضي في إطار جمعيات حماية المستهلك وبالتالي الاعتراف بتكوين جمعيات تدافع عن حقوق المستهلك.

- وجوب تدخل الأجهزة المختصة وذلك باتخاذ اجراءات لازمة لرقابة جودة المنتوجات والخدمات.
- وتلى هذا القانون مجموعة من المراسيم التنفيذية نذكر منها :¹

- المرسوم التنفيذي رقم : 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.
- المرسوم التنفيذي رقم : 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات.
- المرسوم التنفيذي رقم : 90-366 المتعلق بوسم المنتوجات الغذائية وعرضها.
- المرسوم التنفيذي رقم : 92-41 يحدد شروط انتاج مواد التجميل والتنظيف البدني وتكييفها وتسويقها في السوق الوطنية إلى غير ذلك من المراسيم التنفيذية ... ، هذا وقد لعب هذا القانون دورا هاما في بلورة فكرة حماية المستهلك في المجتمع الجزائري إذ أنه الركيزة الأساسية في بلادنا للقول بوجود حماية خاصة للمستهلك، وذلك يعود لسبب جد هام وهو انسحاب الدولة من الحقل الاقتصادي الموجه (النظام الاشتراكي) والتحول إلى نظام اقتصاد السوق (النظام الرأسمالي) الذي قد يمس بمصلحة المستهلك ، إذ مع مرور الوقت واتساع الأسواق والحاجة الملحة إلى الاستثمارات زاد من حجم المنتوجات المتدفقة وتنوع الخدمات التي تزيد من فرص المخاطر التي تهدد المستهلك، أصبحت الضرورة من أي وقت مضى لتدخل المشرع بسن قوانين خاصة مثل قانون المنافسة والعمل على دعم انشاء مختلف الهيئات والأجهزة الوطنية

¹ - يوسف عشيرة خديجة وآمال، مرجع سبق ذكره، ص9.

والخلية كالمجلس الوطني لحماية المستهلكين ، والمرصد الوطني لمراقبة الرشوة والوقاية منها ، والمجلس الوطني للوقاية الصحية والأمن وطلب العمل ، وشبكة مخابر التحاليل النوعية ، مديرية المنافسة والأسعار بالولاية ومفتشية مركزية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش بوزارة التجارة ... إلخ.²

الفرع الأول: أسباب تبني المشروع لهذا القانون: 02-89³

يمكن أن نحصل أهم الأسباب التي كانت بمثابة الخلفية الأساسية لاستصدار قانون حماية المستهلك في سببين اثنين هما:

السبب الأول : تحول الجزائر من نظام الاقتصاد الموجه أو الاشتراكي إلى نظام الاقتصاد الحر أو اقتصاد السوق (الرأسمالي) والجزائر لا تزال سوق فنية عذراء تواجه لأول مرة أخطبوط السوق الحرة القادرة على التعامل مع أي كان وتحت أي لون من الألوان وما يصحب ذلك من مخاطر وأضرار يمكن أن تلحق بالمستهلك ، فالسوق الجزائرية أصبحت مسرحا وميدان للصراع والمنافسة القائمة بين المنتجين والتجار والموزعين والمستوردين إلخ من المتدخلين في الحياة الاقتصادية ، مما زاد من جلب مزايا تمثلت في النهوض بمستوى المعيشة للمستهلك على أساس تنوع ، وتعدد السلع، حيث أصبح للمستهلك مجالا واسعا للاختيار هذا من جهة ومن جهة أخرى جلب سلبيات وعيوب منها :

- تدني مستوى الجودة في السلع والخدمات وظهور المنافسة الغير شرعية.

السبب الثاني:

- إن الجزائر تعتمد في سد جانب كبير من حاجياتها على منتوجات مستوردة من الخارج : سلع استهلاكية ومواد طبية ومنتجات صناعية ولن نبالغ إن قلنا إنها تشكل خطورة على صحة وأمن المستهلك لإحتلالها بنظام الأمن وعدم الإلتزام لضمان سلامة المستهلك.

- الفرع الثاني : التجديدات التي أتى بها هذا القانون 02-89 :¹

- أولا : إن المطلع على قانون 02-89 يلاحظ بأنه قانون يهدف إلى حماية المستهلك في كل مراحل العملية الاستهلاكية . جاء في المادة الاولى منه : " إن عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك تشمل جميع المراحل من طور الإنشاء الأولى إلى العرض النهائي قبل الإقتناء من قبل المستهلك".

- ثانيا : قانون حماية المستهلك يعمل على أن تصبح جميع المنتوجات المعروضة للاستهلاك معلومة المصدر، وتاريخ الصنع ومدة الصلاحية وكذلك كيفية الاستعمال وهذا حسب المادة الثانية منه .

- ثالثا : أهم تجديد ورد في قانون حماية المستهلك 02-89 هو الإلتزام العام بالسلامة ومقتضاها استجابة المنتج للرغبات المشروعة للمستهلك (المادة 03 منه) .

ويتميز الإلتزام بالسلامة (أو بالضمان) الوارد في قانون حماية المستهلك عن الإلتزام بالسلامة في المجال التعاقدي حيث القانون المدني والاختلاف بينهما يكمن في وجهين :

الوجه الأول : الإلتزام العام بالسلامة حسب قانون حماية المستهلك هدفه توقع الخطر . ويتم عن طريق عمليات المراقبة لتفادي المخاطر قبل حدوثها وذلك من المادة 14 من ق (02-89) وكذلك عن طريق عمليات سحب المنتج الغير مطابق للمواصفات من مسار الاستهلاك في حين أن الإلتزام التعاقدي يضمن إصلاح الضرر الذي تسبب فيه المنتج أو الخدمة.

² - زوبير أرزقي، مرجع سبق ذكره، ص 27-28.

³ - يوسف عشيرة خديجة وآمال، مرجع سبق ذكره، ص10.

¹ - يوسف عشيرة خديجة وآمال، مرجع سبق ذكره، ص 11

الوجه الثاني: الاختلاف في مجال التطبيق، فإذا كان الالتزام التعاقدي يطبق على كل من يتمتع بصفته المتعاقد فإن الالتزام بالسلامة حسب قانون 89-02 يطبق على كل مستهلك للسلع والخدمات سواء أكان متعاقداً أو لم يكن متعاقد.

رابعا : قانون 89-02 نص على إجراءات إدارية صارمة تعمل على جعل كل مايعرض للاستهلاك مطابقا للمواصفات القانونية وهي إجراءات وقائية أهمها : الغلق والمصادرة وسنفضل في ذلك لاحقا في الفصل الثاني .

خامسا : فيما يخص الحماية الجنائية للمستهلك نجد أن المادة 28 من قانون العقوبات وتحديد المواد : 429 إلى 431، هذه المواد التي تحمي المستهلك من جرائم الغش والتدليس بالرجوع إلى المواد السابقة الذكر وبالضبط إلى المادة 429، نجد أنها تنص على جريمة خداع المتعاقد وبالتالي تفترض وجود العقد أما فيما يتعلق بقانون حماية المستهلك وتحديد المادة 28 منه فإن شرط العقد أصبح لا وجود له إذ تنص على : "دون الإخلال بالأحكام التشريعية في هذا المجال تطبق على منتج أو وسيط أو موزع أو متدخل ... "

هذا إلى جانب اتساع مجال تطبيق جريمة الخداع لتشمل أيضا مقدمي الخدمات.

إنه ومن خلال ما سبق نلمس العديد من الضمانات التي أتى بها قانون 89-02 من خلال مجمل التجديدات والتي هي كلها لصالح المستهلك.¹

الفرع الثالث : الحقوق التي منحها هذا القانون للمستهلك.²

- الحق بالحفاظ على صحته وسلامته عند استعماله بشكل ملائم ، السلعة أو الخدمة فيما يخص الجودة والنوعية.
- الحق بالاستفادة من معاملة عادلة ودون تمييز من قبل المحترف المسؤول عن المنتج المعد للاستعمال المحلي أو التصدير.
- الحق بالاستحصال على معلومات صحيحة وواضحة ووافية تتعلق بالسلعة أو الخدمة إضافة إلى ثمنها وميزاتها وطرق استعمالها والأخطار التي قد تنتج عن هذا الاستعمال .
- الحق باستبدال السلعة أو إصلاحها أو استرجاع ثمنها وكذلك استرداد المبلغ الذي يكون قد سدده في لقاء الخدمة ، في حال عدم مطابقتها لدى استعمالها بشكل سليم ، سواء المواصفات المتفق عليها أو المعمول بها أم للغرض الذي من أجله تم الاستحصال عليها.
- الحق بتعويض كامل ومناسب عن الأضرار الناتجة عن استهلاك سلعة أو الانتفاع عن خدمة لدى الاستعمال بشكل سليم.
- الحق في انشاء جمعية لحماية المستهلك والإنتساب إليها .
- الحق بالتقاضي مباشرة بمفرده أو بواسطة جمعيات المستهلك جماعيا ، لصون حقوقه أو التعويض عليه من الأضرار التي تكون قد لحقت به.
- تجدر الإشارة إلى أن تطور حماية المستهلك في الجزائر أضحى مرهونا بالتطور الذي يشهده مبدأ المنافسة الحرة حيث كثيرا ما أدت العوامل الاقتصادية والتجارية المتحركة في السوق تحت غطاء المنافسة إلى ظهور أزمات أثرت على الحياة الاجتماعية والاقتصادية للمستهلك الجزائري.
- فلقد أثرت المنافسة الحرة على اقتصاديات الدول ومنها الجزائر خصوصا لمساسها بأغلب مجالات الحياة ، خاصة وأن الشعب الجزائري زادت كثافته بسرعة وبطريقة فرضوية ، وقد اعترف القانون بهذا الأسلوب كحل اقتصادي نتيجة

¹ - أ . د : موسى زهية : دروس في قانون الاستهلاك ، الإرسال الثاني) . السنة 2006/2005 ص6.

² - يوسف عشيرة خديجة وآمال، مرجع سبق ذكره، ص 12

للأزمات التي عرفتتها الجزائر ، بالرغم من ذلك لم يمنع من وضع قاعدة أساسية يسعى القانون لحمايتها ألا وهي حماية المستهلك.

- واستمر سريان مفعول قانون حماية المستهلك رقم 89-02 إلى غاية سنة 2004 تاريخ استصدار قانون تنظيم المنافسة والذي يعد بمثابة نقلة نوعية في مجال حماية المستهلك ، حيث جاء بترتيبات جديدة وهي بمثابة

تعديل ضمني لقانون 89-02 وكذا إحداث قواعد قانونية جديدة تهدف أساسا إلى تعزيز حماية المستهلك خصوصا ما يتعلق بالعقود الاستهلاكية.

- ما يميز هذه المرحلة هي المنافسة الحرة ، إن لهذه الخيرة عدة سلبيات كما لها عدة مزايا ، فالتقدم والازدهار الذي يشهده المجال الاقتصادي وما انعكس ذلك على المجتمع لم يمنع ظهور عدة أمور سلبية ساهمت بشكل كبير في ظهور حركات حماية المستهلك وذلك يرجع للأضرار التي أصبحت تصيب المستهلك وكذا المخاطر التي أصبحت تهدد كيانه الاجتماعي.
- المطلب الرابع: قانون حماية المستهلك في ظل القانون 09-03¹ إلى يومنا هذا:**

وهي المرحلة الأخيرة التي مرت بها الجزائر في مجال حماية المستهلك ، حيث تبدأ من سنة 2009 تحديدا ، تاريخ استصدار قانون جديد لحماية المستهلك وهو قانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الذي ألغى القانون الأول (89-02) وحل محله وهو ساري المفعول إلى يومنا هذا .

الفرع الأول : نبذة عن هذا القانون : هذا القانون هو القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 م الموافق ل : 29 صفر 1430 هـ المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

- جاء بترتيبات جديدة ، تهدف أساسا إلى تعزيز حماية المستهلك ، خصوصا ما يتعلق بالعقود الاستهلاكية ، وهذه القواعد القانونية هي بمثابة تعديل ضمني لقانون رقم 89-02 الملغى وحل محله ساري المفعول إلى يومنا هذا.

الفرع الثاني: أحكام هذا القانون:²

إن رئيس الجمهورية :

- وبعد رأي مجلس الدولة .

- وبعد مصادقة البرلمان.

يصدر القانون الجديد 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش يتكون من ستة (06)

أبواب وخمسة وتسعون (95) مادة مبينة كما يلي:

- الباب الأول: أحكام عامة: يحتوي على 03 مواد.
- الباب الثاني : حماية المستهلك: يحتوي على 21 مادة .
- الباب الثالث: البحث ومعاينة المخالفات: يحتوي على 28 مادة.
- الباب الرابع قمع الغش : يحتوي على 33 مادة.
- الباب الخامس: غرامة الصلح: يحتوي على 08 مواد.
- الباب السادس: أحكام ختامية: يحتوي على 02 مادة.

¹⁻² - الجريدة الرسمية للجمهورية، العدد 15 الصادرة في 11 ربيع الأول عام 1430 هـ الموافق لـ 08 مارس 2009م

الفرع الثالث: النصوص الملحققة به:¹

- القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية هو قانون رقم 04-02 معدل ومتمم
- القانون المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية قانون 04-08
- مرسوم تنفيذي 09-181 المحدد لشروط ممارسة أنشطة استيراد المواد الأولية ، والمنتجات والبضائع الموجهة لإعادة البيع على حالتها من طرف الشركات التجارية التي يكون فيها الشركاء أو المساهمون أجنب .
- مرسوم تنفيذي 09-182 المحدد لشروط وكيفيات إنشاء وتهيئة الفضاءات التجارية وممارسة بعض الأنشطة التجارية.

المطلب الخامس: علاقة قانون حماية المستهلك بالقوانين الأخرى:

الفرع الأول: يعد قانون متعدد الفروع.²

- 1-القانون المدني: إن قانون حماية المستهلك له علاقة وطيدة بالقانون المدني خاصة في ضمان العيوب الخفية
 - 2- القانون التجاري: كما له علاقة بالقانون التجاري الذي أدت إلى اتساع حجم التعامل مع المستهلكين في شكل الشركات التجارية أو المحلات التجارية .
- ذلك أن القانون التجاري له دور مقلص لأن قانون الاستهلاك لا يهتم بالتجار فقط لكن بكل المهنيين، وقانون الاستهلاك يتضمن أحكاما تخص التجار ومع ذلك يمكن ربطها بقانون الاستهلاك مثلا: كتلك المتعلقة بتنظيم الأساليب التجارية كالإشهار.

- 3- القانون الجنائي: له مكانة هامة في قانون الاستهلاك فهناك عدة التزامات خاصة كذلك تلقى على عاتق المهنيين بهدف حماية المستهلك فإنه تقابلها عقوبات جزائية، مثل: الغش أو التدليس أو التزوير توصف بأنها جرائم جنائية.
- ونجد أيضا عقوبات جزائية في مجال الإشهار والبيع المتنقل والقرض . للعقوبات الجزائية دور هام وأكثر وقاية بسبب التهديدات التي تحتوي عليها

4- القانون الإداري : يساهم في اثناء قانون الاستهلاك من جهتين :³

أ. الجهة الأولى : من ناحية أعوان الإدارة خاصة أعوان مديرية المنافسة والقمع والغش إذ أن مهام الأعوان هي مراقبة تطبيق النصوص التي تحمي المستهلكين.

ب. الجهة الثانية: فإن بعض المرافق العمومية كالبريد والمستشفى لهم مع مستخدميهم علاقات تثير نفس المشاكل بين المهنيين والمستهلكين ويبدو هنا أن قانون الاستهلاك غير منسجم والأمر بغير ذلك.

الفرع الثاني: الفروع المتجاورة لقانون الاستهلاك:⁴ إذا خرجنا عن نطاق أو حدود قانون الاستهلاك نلاحظ بأن عدة مواد تلمسه من قريب وتتفق معه في بعض النقاط:

- أ. قانون المنافسة: الذي يسري على علاقات المؤسسات ببعضها البعض ، لكن توجد مجموعة من القواعد التي تعود إلى قانون الاستهلاك وقانون المنافسة مثل (منع الممارسات التجارية التعسفية أو العدوانية) وعموما تكون لقواعد قانون المنافسة نتائج بالنسبة للمستهلكين وبالمقابل قواعد قانون الاستهلاك لها تأثير على المنافسة ويمكن دمج المادتين : الاستهلاك والمنافسة فيما يسمى قانون السوق

¹ - أ.د- مولود ديدان كلية الحقوق، بودواو، سلسلة قانون حماية المستهلك وقمع الغش ، الدار البيضاء الجزائر، سنة 2009.

² ، ³ ، ⁴ - أ.د- موسى زهية، قانون الإستهلاك، الإرسال الأول، مرجع سبق ذكره، ص9- 10

ب. **قانون التوزيع** : هو فرع آخر مجاور فيما يخص النشاطات التوسيطية بين الانتاج والاستهلاك فهو قانون منظم للتوزيع ويعطي التشعبات التي تظهر الانتاج والاستهلاك الهادفة لحماية المستهلك تشمل في العموم نشاطات التوزيع.

ت. **قانون البيئة** : يخضع هذا القانون مع قانون الاستهلاك إلى نفس الفلسفة ويحذران من مخاطر النظام الذي يبحث دائما على المردودية في الإنتاج على حساب المصالح البشرية وفي هذا السياق يتميز قانون البيئة عن قانون الاستهلاك فيهدف الأول لحماية الأشخاص ضد مخاطر محيطهم الطبيعي فيما يبحث الثاني في حمايتهم ضد تنمية المؤسسات التي تزودهم بمنتجات وخدمات، ويمكن التقارب بينهما مثل : تلوث مياه الشرب فهو في آن واحد مسألة بيئية واستهلاكية .

المبحث الثالث: مكانة المستهلك في ظل المنافسة الحرة (مبدأ المنافسة الحرة وتأثيره على المستهلك)¹

- إن التحولات الاقتصادية التي يشهدها العالم اليوم أثرت كثيرا على المجتمع باعتباره المستهلك بكل ما يصنع وينتج ويسوق ، وللجزائر نصيب في هذا التحول إذ أن هذه الأخيرة توجهت نحو الاقتصاد الحر الذي يعتمد على تحرير التجارة والصناعة من القيود التي كانت مفروضة عليه في النظام الاشتراكي وكذا فتح المبادرة للمنافسة بين مختلف القطاعات العامة والخاصة.

- ساهم كثيرا في النهوض بمستوى معيشة الفرد في المجتمع باعتباره مستهلكا للسلع والخدمات المطروحة في السوق.

- من هذا المنطلق أصبح الاهتمام والبحث عن إمكانية جذبه السمة التي يبحث عنها كل محترف في النشاط الاقتصادي، وذلك باستعمال العديد من الوسائل الحديثة في جلب وإغراء هذا المستهلك نظرا للتنافس الشديد الموجود بين المتدخلين الاقتصاديين. فما ترتب عن هذه المنافسة هو جلب العديد من العيوب ظهرت في شكل ممارسات منافية لقواعد التجارة ومخالفة لقواعد المنافسة التزيهة.

المطلب الأول: حماية المستهلك حتمية للمنافسة الحرة

- أدى تحول النظام الاقتصادي الجزائري من نظام يسيطر عليه القطاع العام إلى نظام حر يعتمد على اقتصاد السوق إلى اشتعال المنافسة بين المنتجين والتجار والموزعين والمستوردين ... إلخ.

- إن المنافسة تجبر كل عون اقتصادي على بذل قصارى جهده لتحسين طرق ووسائل تخفيض تكاليف انتاج المنتجات والخدمات إلى أدنى سعر ممكن حفاظا على القدرة الشرائية للمستهلك وعليه المنافسة تعتبر منهجا متكامل ونظام محكم لبلوغ الرقي الاقتصادي والاجتماعي . وهنا الدولة مجبرة على التدخل بصورة غير مباشرة لوضع حد لكل ما قد يؤدي إلى انعدام أو إلى اضطراب المنافسة وهو ما يطلق عليه حاليا في أغلب الدول بقانون المنافسة .

- لعل المشرع الجزائري أراد أن يسبق الأحداث من خلال اعترافه بداية بروح المنافسة وحمايتها من كل قيد من خلال إصدار أول قانون جزائري يتعلق بالمنافسة سنة 1995 ، ثم بعد ذلك أي سنة بعد ذلك أقر بحرية التجارة والصناعة صراحة إثر التعديل الدستوري لسنة 1996¹

- يمكن قياس قوة المنافسة لبلدنا وذلك لا بد من الرجوع إلى ميزان السوق .

- بالرجوع إلى الاسواق الجزائرية يمكن أن نقرب صعوبة تطبيق النصوص القانونية سواء تلك التي لها علاقة بتنظيم الجانب الاقتصادي ، وهذا راجع لعدة أسباب خطيرة تضر لا محالة بالاقتصاد بصفة عامة وبالمستهلك بصفة خاصة يتجلى ذلك في ظهور الأسواق الغير رسمية حيث أن هذه الظاهرة تهدد الاقتصاد والمجتمع معا ، فمعظم شوارعنا أصبحت مملوءة بالباعة

¹- زوبير أرزقي، مرع سبق ذكره، ص 05-06 وما يليهما
²، ¹- زوبير أرزقي، مرجع سبق ذكره ص 11، 94.

الفوضيين دون الخضوع لأي التزام قانوني وفي أماكن عمومية ووسط التجمعات السكنية وعلى حافة الطرقات حتى تكاد تسد الطريق وأمام المراكز التجارية ، الأمر هنا ينعكس سلبا على صحة وسلامة المستهلك .

- إن حماية المستهلك متوقفة على مدى تنظيم المنافسة في الأسواق وذلك لن يتحقق إلا باحترام المبادئ والنصوص القانونية الموضوعية من قبل المشرع.

- إذا كانت حماية المستهلك وتنظيم المنافسة يمثلان أهم أهداف الرقابة على الأسواق فلا يفهم من هذا أنه تدخلا في عمل الأسواق بالمعنى الذي يفقدها حرية المبادرة والتكيف مع المعطيات الاقتصادية المحيطة بها ، وإنما الرقابة من قبل الهيئات المستحدثة لذلك هدفها هو مواجهة كل الممارسات المقيدة للمنافسة الحرة وكذا مواجهة الآثار السلبية الناشئة عن هاته الممارسات التي من شأنها الاضرار بالمستهلك.

- تسمح المنافسة المنظمة والمقننة عند ممارستها في إطار قانوني من تنظيم السوق وكذا استقرار الأسعار وتحسين العرض كماً ونوعاً وبالتالي إعطاء فرصة أكبر للمستهلك للاختيار بينها.

المطلب الثاني: حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة.²

إن لجوء بعض الأعوان الاقتصاديين إلى اتخاذ بعض الأساليب لبسط نفوذهم في السوق وكذا تحقيق الربح السريع على حساب المستهلك بالدرجة الأولى أو على حساب الأعوان الاقتصاديين الآخرين دفع بالمشرع إلى اتخاذ بعض التدابير اللازمة لوقف هذه الأعمال غير الشرعية ، فقد أصدر بموجب قانون المنافسة العديد من القواعد التي تحظر اللجوء إلى استعمال مثل هذه الأنشطة وأعطى صلاحية مراقبة ومتابعة ذلك لمجلس المنافسة . من الممارسات المنافية للمنافسة التي جاء بها قانون المنافسة الجزائري نذكر :

- حظر الاتفاقات المقيدة للمنافسة المادة 06 من ق 08-12 المتعلق بالمنافسة

- حظر التعسف الناتج عن الهيمنة في السوق م 07 من قانون المنافسة

- حظر الاحتكار

- حظر التعسف في وضعية التبعية الاقتصادية م 11 من ق 08-12 المتعلق بالمنافسة .

- حظر البيع بأسعار منخفضة تعسفا م 12 من ق 08-12 المتعلق بالمنافسة

- التجميعات المقيدة للمنافسة.

المطلب الثالث: دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك¹

تنفيذا لسياسة الإصلاحات الاقتصادية التي شرعت الجزائر في تطبيقها لمواجهة النظام الاقتصادي الرأسمالي ، فإنها أوكلت مهمة تنظيم المنافسة وضبطها لهيئة إدارية مستقلة تدعى "مجلس المنافسة"

- لقد ظهر مجلس المنافسة في الجزائر لأول مرة بصدر الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 والمتعلق بالمنافسة

حيث أسندت له عدة اختصاصات ومهام منها تلك الاختصاصات الاستشارية والاختصاصات القمعية يكون الغرض منها

مهمة ضبط المنافسة والسهر على حسن سير اللعبة التنافسية في السوق قصد زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين ظروف

معيشة المستهلكين، وهذا ما أكدته المادة الأولى من القانون المتعلق بالمنافسة ، حيث أدى ذلك بالمشرع الجزائري إلى فتح

المجال للهيئات الممثلة لجمعيات المستهلكين وكل الشخصيات التي لها خبرات مهينة في مجال المنافسة والاستهلاك والتوزيع

¹ - زويبر أرزقي : حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في القانون، جامعة مولود معمري تيزي وزو، سنة 2011 ص 165-166

للانضمام إلى مجلس المنافسة . الأمر الذي قد يؤثر إيجابيا على دور المجلس في الاخذ بعين الاعتبار كل ما له صلة لحماية صحة وسلامة المستهلك .

تناولنا في هذا الفصل دراسة مفصلة وموسعة للجانب التشريعي بالنسبة لحماية المستهلك وإضفاء بعض الشروحات والمفاهيم من خلال ثلاث مباحث ، تطرقنا في الأول إلى المفاهيم الأساسية للمستهلك وأنواعه وسلوكاته والعوامل المؤثرة فيه وعلاقته بالمنتج ، والثاني تطور تشريعات حماية المستهلك في الجزائر ، والثالث مكانة المستهلك في ظل المنافسة الحرة وهذا ما مكنا من استنتاج النقاط التالية :

- * يبقى مصطلح المستهلك جديدا في التشريع الجزائري ، حيث ظهر هذا المصطلح لأول مرة من خلال القانون 89-02 الصادر في 07 فبراير 1989 الملغى ، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك وهذا بعدما كان المصطلح التقليدي السائد سابقا في القانون المدني الجزائري والذي يطلق عليه "المشتري" ، فتغير مدلول المصطلحات كان تبعا للظروف الاقتصادية بالدرجة الأولى وذلك قصد الوصول إلى إضفاء حماية واسعة لهذا الطرف في العلاقة الاقتصادية والاستهلاكية.
- * بالنسبة للمفهوم الفقهي الضيق للمستهلك وهو الراجح الذي يعرفه بأنه الشخص الذي يسعى للحصول على حاجته من مختلف السلع والخدمات فنستخلص من هذا التعريف ما يلي:
 - المستهلك قد يكون شخص طبيعي أو معنوي ، المستهلك هو الذي يسعى للحصول على السلع والخدمات لاستعماله الشخصي أي ينتفع بها دون أن تكون له نية مسبقة للمضاربة أو نية البيع أو غير ذلك .
 - المستهلك لا يتمتع بالقدرة الفنية للحكم على ما يسعى لاقتنائه والحصول عليه.
 - فالمستهلك هو الشخص الذي يحصل على السلع أو الخدمات بهدف غير مهني فهذه المنتوجات تقدم له من طرف شخص آخر غالبا ما يكون محترفا والعقد المبرم بين المستهلك والمحترف يسمى عقد الاستهلاك .
- * نستخلص بأن جوهر دراسة سلوك المستهلك هو الاجابة عن الأسئلة من أجل إرشاده وهي : بـ : ماذا يشتري المستهلك ؟ ولماذا يشتري ؟ وكيف يشتري ؟ ومتى يشتري ؟ ومن أين يشتري ؟ وينجم سلوك المستهلك من التأثيرات الشخصية وعوامل المحيط الذي يعيش فيه ويمكن جمعها في المعادلة المختصرة الآتية: التي تدعى معادلة السلوك: $C = F(P, E)$
- * زاد مؤخرا الاهتمام بدراسة سلوك المستهلك بسبب عوامل منها :
 - طبيعة العملية الاقتصادية حيث يعتبر المستهلك عاملا حيويا .
 - انتشار المفهوم التسويقي وتقبله في غالب الأحيان .
 - لعب سلوك المستهلك دوره في تحديد بقاء المؤسسات في السوق بتأثر عوامل المحيط منها : النمو الديمغرافي، ارتفاع مستوى التعلم ، ظهور أفكار جديدة تنادي بحماية المستهلكين والبيئة سواء على المستوى الحكومي أو الفردي، تغير عادات المستهلك الشرائية وغيرها .
- * عندما عرف المشرع الجزائري المنتج أو (المنتج) أثار نوعا من اللبس في التعاريف في المادة 140 مكرر فقرة 02 من التقنين المدني فيفهم أحيانا بأن المنتج هو كل منقول مادي ، في حين نجد النصوص القانونية الأخرى التي جاء بها المشرع تشير إلى تعريفات مختلفة وهذا ما قد يثير نوعا من اللبس .
- * وعليه فإن المشرع جعل في بعض الأحيان المنتج سلعة مالية ، وفي بعض الأحيان يعتبر المنتج خدمة فمثل هذا التناقض بين المواد قد يزيد من فرص التأويل للنصوص القانونية بما لا يتناسب مع أهداف قانون حماية المستهلك.

- ★ لقد أحسن المشرع صنعا مع مرور الوقت في حسم الأمر وذلك بصدر القانون الجديد المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش : 03-09 أين أعطى تعريفا للمنتوج مبينا فيه أنه يدخل تحت هذا المفهوم كل من السلعة والخدمة حيث تبقى المادة 03 منه في فقرتها 11 على أن: "المنتوج كل سلعة أو خدمة تمكن أن تكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا "
- ★ إن العلاقة بين المهني والمستهلك علاقة غير متوازنة ويتخللها في كثير من الأحيان التوتر والمشاكل فجاء قانون الاستهلاك لهدف إقامة توازن في هذه العلاقة وبمنح قانون حماية المستهلك للمستهلك حقوق توازن مقابل الامتيازات التي يتمتع بها المهني.
- ★ قانون الاستهلاك يتعلق بوظيفة اقتصادية وليس بنوع من الأشخاص ذلك أن الشخص الطبيعي يعتبر مستهلكا في مختلف فترات حياته وفضلا عن ذلك يمارس نشاطا مهنيا مثلا: حيثما يشتري التاجر مواد غذائية يعتبر مستهلكا.
- ★ ما نستخلصه مما سبق وما نلاحظه هو غياب الحماية الخاصة للمستهلك سواء من ناحية غياب النصوص القانونية أو غياب الهيئات والأجهزة التي تدافع عن مصالح المستهلك هذا من جهة ، ومن جهة أخرى أن النصوص القانونية الموضوعة آنذاك لم تعرف مصطلح المستهلك بل تكتفي بذكر المشتري ، البيع ... وهذا ما ينطبق على نصوص التقنين المدني.
- ★ أما بالنسبة لقانون 89-02 فإن المطلع عليه نلاحظ بأنه قانون يهدف إلى حماية المستهلك في كل مراحل العمليات الاستهلاكية وجاء في المادة الأولى منه: "إن عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك تشمل جميع المراحل من طور الانشاء الاولى إلى العرض النهائي قبل الاقتناء من قبل المستهلك ".
- ★ أهم تجديد ورد في القانون 89-02 الملغى هو الالتزام العام بالسلامة ، ومقتضى استجابة المنتج للرغبات المشروعة للمستهلك (المادة 03 منه) .
- ★ مبدأ المنافسة الحرة حتمية لحماية المستهلك الجزائري يظهر ذلك جليا من خلال نصوص قانون المنافسة 08-12، خاصة فيما يخص حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة.
- ★ ابتداء من سنة 2009 هي المرحلة الأخيرة التي مرت بها الجزائر في مجال حماية المستهلك وهي تاريخ إصدار قانون جديد لحماية المستهلك وهو القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش جاء بترتيبات جديدة تهدف أساسا إلى تعزيز حماية المستهلك وهو تعديل ضمني لقانون 89-02 الملغى وحل محله وهو ساري المفعول إلى يومنا هذا .

الفصل الثاني

آليات حماية المستهلك

في الجزائر

نتج عن المخالفات والجرائم الاقتصادية التي تهدد المستهلك أن تدخل المشرع الجزائري بوضع عدة ضوابط قانونية هدفها حماية المستهلك من كافة الممارسات غير المشروعة والتريهة والمنافية لقواعد التجارة ، التريهة فقام بسن قانون: حماية المستهلك وقمع الغش والذي يعتبر الدعامة الأساسية لحقوق المستهلك ناهيك عن الالتزامات الملقة على عاتق الأعوان الاقتصاديين كونها أشخاص محترفة .

لقد أضحت حماية المستهلك من المهام الأولى ، وأصبحت السلطات تهتم أكثر بصلاحية وسلامة السلع التي تنتجها أو تستوردها للاستهلاك العادي لمواطنيها ومن المؤكد أن في مجال نوعية المنتجات والخدمات أن المستهلك قد تضرر من تطور ظاهرة المضاربة والنقص الملحوظ في إطار المراقبة والقمع وندرة العرض بالنسبة للطلب المتزايد و أن هذه الحقائق سمحت بعرض العديد من المنتجات المختلفة المجهولة الصنع والخطيرة سواء على صحة أو أمن المستهلك .

لذلك سنتناول في هذا الفصل المباحث التالية :

المبحث الأول: الالتزامات المفروضة على المحترف:

المبحث الثاني: الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك

المبحث الثالث: الحماية الجنائية للمستهلك.

المبحث الأول: الالتزامات المفروضة على المحترف

- تتوقف حماية المستهلك على مدى احترام المحترف للالتزامات الملقة عليه، حيث يكون هذا الأخير ملزما باحترام كافة تقاليد المهنة التي يزاولها، فالاهتمام بحماية المستهلك قد يأخذ عدة أشكال الأمر الذي لا يمكن حصره في موضوعنا هذا.

المطلب الأول: إلزام المحترف بالإعلام: الإعلام هو تحصيل حقيقي لشيء ومعرفته والتيقن منه. أما في الاصطلاح الصحفي يقصد به عملية توصيل الأحداث والأفكار لعلم الجمهور عن طريق وسائل عديدة سواء كانت مسموعة أو مرئية أو مكتوبة ويشترط في الإعلام المصدقية والوضوح.

- فالإعلام يتميز بالموضوعية من الناحية النظرية خلافا للإعلان الذي يعتمد على المبالغة والتهويل، فالإعلام لا يكون إلا محايدا، لأنه يهدف إلى ترويج سلع أو خدمات معينة، حتى يتسنى لنا معرفة حقيقة الإعلام فلا بد من التعرض لمضمون الإعلام وطبيعته قصد إزالة ربما أي لبس بين هذا الالتزام والمصطلحات الأخرى المشابهة له.

الفرع الأول : مضمون الالتزام بالإعلام : الإلتزام بإعلام المستهلك هو إلتزام يرمي إلى تنوير المستهلك وتمكينه من الإقدام على اقتناء المنتج أو الخدمة عن إدارة حرة وسليمة ، فهو لا يستطيع تحديد أوصاف المنتج ومكوناته إلا بناء على البيانات التي تعطى له . وهو إلتزام يحد مصدره في القانون مثله مثل الإلتزامات الأخرى.

- الإعلام هو عبارة عن بيان أو إشارة أو تعليمات يمكن أن تقدم توضيحا حول واقعة أو قضية

- وعليه مضمون الإلتزام بالإعلام تنوير المستهلك حول المنتج وذلك بتقديم مواصفاته من وزن ومكونات وتاريخ الصلاحية وكيفية الحفاظ عليه والسعر إلى غير ذلك. من المعلومات المرتبطة بالبيع وجزءا تخلف ذلك هو دليل على ممارسة أنشطة مخالفة لقواعد شفافية الممارسات التجارية. نجد مصدره في كل من القوانين المدنية وتلك المكرسة لحماية المستهلك وممارسة الأنشطة التجارية.

- يفهم من خلال التعرض لمضمون الإلتزام بالإعلام أنه قد يكون هذا الإلتزام سابق عن إبرام العقد وهو ما يطلق عليه

"الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام" كما يمكن أن يكون هذا الإلتزام أثناء إبرام العقد.

• نص المشرع الجزائري بضرورة التزام المحترف بإعلام المستهلك بالمبيع طبقا للنص المادة 352 فقرة رقم 01 من التقنين المدني الجزائري¹ ضمن أحكام عقد البيع حيث تنص على أنه "يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه " فعلى البائع أن يصرح بحقيقة المبيع ويصفه وصفا نافيا للجهالة .

- ونجده كذلك في المادة 86 من القانون المدني² . التي اعتبرت السكوت العمدي تدليسا.
- هذا بالنسبة للقانون المدني أما بالنسبة لقانون حماية المستهلك وقمع الغش فتتضمن المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على أنه : "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم أو وضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة³ ، إذ شدد المشرع على المحترف بأن يقوم بإعلام المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتج سواء تعلق⁴ بكيفية الاستخدامات أو مواصفاتها القانونية أو طبيعتها أو منشأها أو مميزاتها.
- من النصوص القانونية التي تجرم المحترف بذلك نذكر منها:
 - المرسوم التنفيذي رقم 90-366⁴ المتعلق بوسم المنتجات المتزلية غير الغذائية وعرضها.
 - المرسوم التنفيذي رقم 90-367⁵ المتعلق بوسم المنتجات المتزلية الغذائية وعرضها

الفرع الثاني: طبيعة ونطاق الالتزام بالإعلام:

- يعتبر العديد من الفقهاء أن الالتزام بالإعلام وفقا لقانون الاستهلاك هو الإلتزام بتحقيق نتيجة ، فعندما يثبت المنتج أنه بذل العناية اللازمة في إيصال البيانات والمعلومات للمستهلك غير كافى لأن الأمر يتعلق ببيانات إجبارية منصوص عليها في نصوص تشريعية وتنظيمية ويجب أن يتم تنفيذه طبقا لما جاء في القانون فإذا لم يعلم المستهلك عنها يستنتج القاضي خلاله بالتزام الإعلام ويترتب حق المستهلك في التعويض .
- إذا كان من الفقهاء من يعتبر هذا الالتزام هو التزام لتحقيق نتيجة فإننا نتعرض على الاعتقاد الذي أخذ بصفة مطلقة وهذا من خلال أمرين هما:
 - الأمر الأول : إذا كان المحترف التزامه هو تحقيق نتيجة فإنه يسعى جاهدا لتحقيق هذه النتيجة والتي هي عدم الإضرار بالمستهلك ، ولكن الواقع يثبت إهمال العديد من المحترفين لهذا الإلتزام والأكثر من ذلك هو علمهم بوجود القاعدة التي تعاقب من تسبب في الإخلال بذلك.
 - الأمر الثاني: قد يكون أيضا إلتزام المنتج هو بذل عناية والتي تتمثل في تمكين المستهلك من اقتناء المنتجات وخدمات دون الإضرار به وذلك بمنحه منتجات تتماشى مع المقاييس وتتجاوب مع الرغبات المشروعة عند استعمالها ، هذا ويمكن أن نقول بأن طبيعة الإلتزام بالإعلام تختلف باختلاف الهدف الذي تسعى إليه القواعد القانونية التي وضعت من أجل ذلك.
- هذا يعني أن الإلتزام بالإعلام في القانون المدني يختلف عن الإلتزام بالإعلام في قانون حماية المستهلك وقمع الغش ونذكر من هذه الاختلافات:

أ. الإخلال بالإلتزام بالإعلام في المادة 86 من ق المدني الجزائري يؤدي لقابلية العقد للإبطال نظرا للتدليس الذي

¹ - 2- زوبير أرزقي : حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في القانون فرع المسؤولية المهنية سنة 2011، ص 117

³ - ج. ر عدد 15 ، 08 مارس 2009 ص 15.
3-2- زوبير أرزقي ، مرجع سبق ذكره ص 120

تعرض له المستهلك وهذا ليس لصالحه.

ب. تضرر المستهلك نتيجة اقتناء منتجات لا تحمل تاريخ الصلاحية مثلا، ففي إطار التقنين المدني حتى يبطل العقد لابد من رفع دعوى قضائية يكون موضوعها طلب إبطال العقد والتعويض عليه وعلى المستهلك أن يثبت توافر الشروط المنصوص عليها في المادة 86 من ق. م. ج. وليس فقط عدم توافر البيانات على المنتج وإنما أيضا توفر نية التضليل والسكوت وأن هذا السكوت هو الدافع لإبرام العقد وكل ذلك يستحيل على المستهلك القيام به . في الحين نجد أن قانون حماية المستهلك لا يشترط إثبات سوء نية المنتج ولا إثبات الإخلال. بالتزام الإعلام وإنما يكفي عدم وجود بيانات إلزامية على المنتج ليستخلص منها القاضي مباشرة أن هناك إخلال بالتزام يفرضه القانون على المحترف¹

ج. الالتزام بالإعلام في نصوص التقنين المدني ينفذ أثناء إبرام العقد، أما في إطار نصوص حماية المستهلك فهذا الالتزام يكون موجودا قبل إبرام العقد فهو قائم في جميع الحالات مهما كانت العلاقة بين المحترف والمستهلك.

- أما بالنسبة لنطاق الالتزام بالإعلام فهو يشمل كل من السلع والخدمات سواء كانت محل بيع أو محل تنازل مجاني للمستهلك ، بحيث يتسع نطاق الالتزام بالإعلام بحسب نوع السلعة المقدمة للمستهلك وحسب طبيعة الخدمة، حيث لا يمكن حصر مجال معين لهذا الالتزام ولا يمكن وضع قالب معين يقدم لكل المستهلكين المهم أن يكون بلغة يفهمها المستهلك وبصورة تجعل هذا الأخير قادرا على التحكم في السلعة أو الخدمة الموجهة له. بما يعود عليه بالفائدة.

المثال الأول: الطبيب الذي يفضي بالمعلومات للمريض خلال المناقشات التي تتم بينهما في عبارته حول طبيعة المرض وكيفية تشخيصه تجعله في موقف أفضل من أن يقدم وثيقة مكتوبة تحدد فيه مختلف المخاطر التي يمكن أن تقرب أثناء القيام بتشخيص المرض أو القيام بعملية جراحية.

المثال الثاني : قد يكون المنتج خاليا من أي عيب ولكن استعماله ينطوي عليه عدة مخاطر ، فيقع على المحترف التزام بإعلام المستهلك أو كل مستهلك آخر حول طريقة استعماله والاحتياطات اللازمة لتفادي إخطاره .

المثال الثالث : يعتبر القائم على قاعات الألعاب أو تلك التي يطلق عليها اللعب بالخط (Jeu de Hasard) محترف كباقي المحترفين ، يعود عليه التزام إعلام الزبون الذي هو مستهلك حول اللعبة وكذا قواعدها وحتى الحد الأدنى أو الحد الأقصى الذي يمكن أن يصل إليه المستهلك من اللعبة ، فالالتزام بالإعلام يطبق في هذه القاعات التي وضعت فيها الآلات والأجهزة التي يجب أن تكون مرفوقة على متنها كل الإرشادات والتعليمات اللازمة لضمان سيرها العادي .

الفرع الثالث : الإعلام عن طريق الوسم :

يعد الوسم طريقة قانونية لتحقيق الالتزام بالإعلام وفي نفس الوقت يلعب دورا إشهاريا للمنتج إذ بالرجوع إلى قانون الإشهار لسنة 1999 نجد أن المشرع الجزائري قد حدد إطار قانوني للرسالة الإشهارية قبل بثها أو نشرها وهذا من خلال فرض جملة من الشروط الواجب احترامها والمتمثلة أساسيا في ضرورة إعلام المستهلك حتى يتخذ قرار الشراء عن وعي وإرادة سليمة بعيدة عن كل دعاية أو ضغط .

- إن الموضوعية التي يتميز بها الوسم عن الإشهار جعلت أغلب القوانين تعتمد عليه كوسيلة إلزامية لإعلام المستهلك .
- يعتبر الوسم بمثابة بطاقة تعريفية إشهارية معا حول منتج معين ، ناهيك على أنه إلزام يفرضه القانون على كل محترف يزاول عملية وضع المنتج للاستهلاك .

¹ زوبرير أرزقي : حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في القانون جامعة مولود معمري ، سنة 2011 ، ص 122-

- تنص المادة 03 فقرة 04 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أن "الوسم كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة ، تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو وسمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها ، بغض النظر عن طريقة وضعها"¹
- أما المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش فقد نصت المادة 05 فقرة 02 منه على أن الوسم "جميع العلامات والبيانات وعناوين المصنع أو التجارة والصور والشواهد أو الرموز التي تتعلق بمنتج ما والتي توجد في تغليف أو وثيقة أو كتابة أو وسمة أو خاتم أو طرق يرافق منتجاً ما أو خدمة أو يرتبط بهما."²
- وعليه فالوسم هو تلك البيانات الموضوعة على الغلافات أو العبوات والتي تعتبر ضرورية لإعلام المستهلك وتكون بطريقة لا توحى بأي إشكال أو اضطرابات في ذهن المستهلك .
- يلاحظ أن المشرع الجزائري من خلال المادتين السالف ذكرهما أنه أدرج ضمن تعريف الوسم العلامة التجارية بالرغم من أنها تخضع لنظام قانوني خاص بها، لكنها تلعب دوراً هاماً وفعالاً في إعلام المستهلك عن المنتج وهي غالباً ما تؤدي إلى تمييز المنتجات الصناعية أو الزراعية مع غيرها خاصة تلك المستوردة ، وهكذا قد أدرجها المشرع إلى جانب البيانات والكتابات التي يُمكن أن يشمل عليها الوسم.
- للوسم دور فعال في إعلام المستهلك عن المنتج وذلك بمثابة دعاية تساعد على التفرقة بين هذه السلع المطروحة في السوق، التي تعددت وتنوعت في وقتنا الحاضر وكذا تشابهها إلى حد كبير في مكوناتها ومواصفاتها وأشكالها الخارجية يجعل المستهلك في مركز يصعب عليه التمييز بين سلعة وأخرى.
- يساهم الوسم في إطار إعلام المستهلك في إظهار العلامة التجارية والتعريف بها حيث يعمل على إيصال صورة حقيقة للسلعة إلى ذهن المستهلك حتى يتسنى له معرفة السلعة المراد اقتنائها.
- تعرف المادة 02 من الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 2003/07/19 المتعلق بالعلامات على أنها "كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام، والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع، أو توظيفها والألوان بمفردها أو مركبة ، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غير"¹.

الفرع الرابع: الإعلام بالأسعار:

- يلزم البائع عملاً بالأمر 95-06 المؤرخ في 1995/01/25 والمتعلق بالمنافسة بإعلام المستهلك عن سعر المنتجات والخدمات ، وهذا الالتزام يهدف إلى وضع المستهلك في مأمن يجنبه كل مفاجأة فيما يخص المبلغ المدفوع لاقتناء المنتج أو الخدمة المقترحة ، ويجب أن يمكن المستهلك من القيمة المضافة وأن الإعلام بالأسعار يتم من خلال وضع البيانات والعلامات أو كل طريقة ملائمة أخرى بشأن تعريف المستهلك بالسعر وأن هذه الأسعار يجب أن تكون سهلة القراءة والطريقة المستعملة لا تؤدي إلى لبس في ذهن المستهلك ... إلخ.

2-1- زوبير أرزقي: حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في القانون جامعة مولود معمري سنة 2011 ص 126، 127

1- زوبير أرزقي : مرجع سبق ذكره ص 131

2- موسى زهية : قانون الاستهلاك كلية الحقوق والعلوم الإدارية جامعة منتوري قسنطينة . الإرسال الثاني 2006/2005 ص 12

3- أ. د. موسى زهية نفس المرجع، ص 09

- وأن هذا المبدأ يلزم كل تاجر أو يشهر أسعار المنتجات المقدمة للزبائن، ويحدد القانون 89-02 الملغى المتضمن القواعد العامة ، لحماية المستهلك والمفاهيم الأساسية والأطراف المعنية لحماية المستهلك ويضع قاعدة عامة على عاتق المنتج الذي يخضع للإلتزام العام بالضمان وأمن المستهلك فضلا على أنه يؤكد حق الضمان القانوني للمقتني وحق الإعلام بالأسعار والمنتج الذي يكون مطابقا للتقييس والمواصفات¹

المطلب الثاني: تقرير التزام عام بالضمان

إن مبدأ وضع الإلتزام عام بضمان المنصوص عليه في المادة 02 من ق 89-02² يتمثل في حد ذاته مبدءا قانونيا جديدا يجب تمييزه عن الإلتزام التعاقدي الخاص بالقانون المدني لأن أهدافه تختلف ، فالإلتزام الوارد في قانون 1989 يهدف إلى ضمان الوقاية من المخاطر أما الإلتزام التعاقدي الوارد في القانون المدني فهو يخص فقط التعويض الناجم عن المنتج . إن الإلتزام الأول يمثل ركيزة لإعداد وضبط ميكانيزمات وآليات جهاز الحماية الذي يعود تنفيذها إلى الإدارة والقاضي الجزائي ، أما الإلتزام الثاني فينحصر على الصعيد المدني ويمثل الأساس القانوني لمسؤولية المهنيين

- والملاحظ أن تبني هذه القاعدة الجديدة في قانون الاستهلاك يدل على الاتجاه المنصرف لحق إرجاع مسألة الوقاية والتعويض إلى أساس مشترك في هذه القاعدة الحية في القانون 1989 بحيث أن هذه المسؤولية الناجمة عن العلاقة السببية في فساد المنتج والضرر يمكن المستهلك بأن لا يحتج بالعلاقة التعاقدية وأن المشرع لم يتبنى مصطلح المنتج الخطير بل قصد بين مصطلح الوقاية التي ينتظرها كل مستهلك وأن هذا الاختيار يسمح من جهة ثانية بمراقبة عملية صنع المنتجات وتسويقها مع إلزام الحرفيين والمهنيين بالسهر على توفر الأمن في كل المراحل التي يمر بها المنتج الواردة في قانون 89-02.

الفرع الأول: مفهوم الضمان:

- هو التزم يتعهد فيه المحترف بسلامة المنتج والذي يقدمه من غير عيب فيه يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له أو من أي خطر ينطوي عليه ويسري مفعول هذا الضمان لدى تسليم المنتج.³
- والضمان هو حق من حقوق المستهلك يتم دون مصاريف إضافية وكل شرط مخالف لذلك يكون باطلا بطلانا مطلقا.

الفرع الثاني: الإلتزام بالضمان والخدمة ما بعد البيع:

يلتزم المنتج المقتني أو المستهلك أو المشتري لأي منتج سواء كان أجهزة، أدوات، آلات أو أي تجهيزات أخرى بضمان ، تدوم صلاحيته حسب طبيعة المنتج ويقضي القانون بذلك :

- ويتم تحديد وكيفية تطبيق شرط الضمان ومدته عن طريق التنظيم⁴
- ويعتبر لاغيا كل شرط يقضي بعدم الضمان
- يمكن للمستهلك أن يطالب بتجريب (ESSAI) المنتجات والخدمات المذكورة في المادة 09 من القانون 89-02 دون أن يعني ذلك المحترف من إلزامية الضمان⁵.

³ - أ.د موسى زهية -إرسال 2 ، نفس المرجع ص 09

⁴ ، ³ موسى زهية : قانون الاستهلاك كلية الحقوق والعلوم الإدارية جامعة منتوري قسنطينة . الإرسال الثاني 2006/2005 ص10

4- المادة 13 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

- يستفيد كل مقتني لأي منتج سواء كان جهاز أو أداة أو آلة أو غيارا أو مركبة أو أي مادة تجهيزية من الضمان بقوة القانون¹ ويمتد هذا الضمان أيضا إلى الخدمات ويستفيد المستهلك من تنفيذ الضمان المنصوص عليه أعلاه دون أعباء إضافية ، ويعتبر باطلا كل شرط مخالف لأحكام هذه المادة .
- كما يمكن أن نوضح بأن المحترف لو يقدم ضمان آخر بمقابل أو مجانا لا يلغي الاستفادة من الضمان القانوني المنصوص عليه في المادة 13 أعلاه، ويجب أن تبين بنود وشروط تنفيذ هذه الضمانات في وثيقة ترفق مع المنتج المقدم للمستهلك².

• كما يمكن تجريب المنتج المقتني من طرف المستهلك وفقا للمادة 15 من ق 09-03.

- أما في إطار خدمة ما بعد البيع وبعد انقضاء فترة الضمان المحددة عن طريق التنظيم أو في كل الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره يتعين على المتدخل المعني ضمان صيانة وتصليح المنتج المعروض في السوق³.

أ- الإصلاح (التصليح) الاستبدال:

يجب على المحترف في جميع الحالات أن يصلح الضرر الذي يصيب الأشخاص أو الأملاك بسبب العيب الموجود في المنتج أنظر المادة 06 من المرسوم التنفيذي 90-266

- * يجب على المحترف أن يقوم باستبدال المنتج إذا بلغ عيبه درجة خطيرة تجعله غير قابل للاستعمال جزئيا أو كليا على

الرغم من إصلاحه انظر المادة 07 من نفس المرسوم

- * يصلح المنتج أو يستبدل مجانا وفي أجل يطابق الأعراف المعمول بها.

- * ويتحمل المحترف جميع المصاريف خاصة منها مصاريف اليد العاملة والتزويد بالمواد أنظر المادة

08 من نفس المرسوم المذكور أعلاه.

و بالنظر إلى المادة 08 من قانون حماية المستهلك الملغى 89-02 والمادتين 05 و06 من المرسوم التنفيذي 09-266 نرى

أنه ينفذ إلزامية الضمان بأحد الوجوه الثلاثة الآتية: إصلاح المنتج - استبداله - رد ثمنه².

أما بالنسبة للقانون 09-03 الجديد المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الساري المفعول والنظر إلى نص المادة 13 منه فإنه

يتكلم عن التصليح بدلا من الإصلاح في القانون الأول الملغى ، وكذا إرجاع الثمن أو تعديل الخدمة على نفقة المتدخل وهذا في فترة الضمان المحددة وفي حالة ظهور عيب بالمنتج حسب نص المادة 13 المذكورة أعلاه كما أنها تحدد شروط وكيفيات تطبيق أحكام هذه المادة عن طريق التنظيم .

- * أما حسب نص المادة 16 من القانون المذكور أعلاه فإن المشرع ركز فقط على صيانة وتصليح المنتج المعروض في

السوق وهذا حسب نص نفس المادة في إطار خدمة ما بعد البيع ، وبعد انقضاء فترة الضمان المحددة عن طريق التنظيم أو

في كل الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره، عكس ما جاء في نص المادة 13 من نفس القانون الذي يلزم

ضمان بالاستبدال أو إرجاع الثمن أو التصليح أو تعديل الخدمة على نفقة المحترف طبعاً.

ب-التعويض : يلتزم المحترف بالتعويض إذا تعذر تصليح المنتج أو استبداله وذلك برد الثمن دون تأخير ذلك حسب

الشروط الآتية :

- يرد جزء من الثمن إذا كان المنتج غير قابل للاستعمال جزئيا وفضل المستهلك الاحتفاظ به.

⁵ - المادة 14 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نفس المرجع ص 15

³ - المادة 16 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

² - أ د/ موسى زهية : الإرسال II ، ص 10

- يرد الثمن كاملاً إذا كان المنتج غير قابل للاستعمال كلياً ويلزم المستهلك برد المنتج المعيب³.
- لا يجوز للمحترف توقيف تنفيذ الضمان على أي خدمة يؤديها للمستهلك إلا إذا كانت الخدمة مجاناً¹.
- يجب على كل متدخل خلال فترة الضمان المحددة وفي حالة ظهور عيب بالمنتج إرجاع ثمنه للمستهلك حسب التنظيم الذي ينص عليه القانون².

المطلب الثالث: إلزام المحترف بوفرة السلع وتحقيق التوازن في توزيعها

الفرع الأول: منع احتكار السلع:

نعني بالاحتكار، سحب المواد الاستهلاكية وحتى الضرورية من السوق وإخفائها وعدم بيعها وتأجيل عرضها وبالتالي التسبب في ندرتها فيكثر الطلب عليها، مما يمكن أصحابها أو صاحبها من السيطرة على السوق بسبب غياب المنافسة كلياً أو جزئياً كنتيجة لعملية الاحتكار حيث يتمكن صاحب السلعة من الانفراد والتحكم في بيعها والتأثير على أسعارها في وقت يكون الطلب عليها عديم المرونة.

— وهذا الفعل يضيق على المستهلكين مما يستدعي تدخل الدولة باتخاذ إجراءات استثنائية مناسبة

الفرع الثاني: حضر إيقاف النشاط الصناعي والتجاري:

إذا تعلق هذا النشاط بالسلع التنموية الأساسية حيث وفي ظروف معينة قد يخطو المشرع على أصحاب المصانع للإنتاج ورؤساء المؤسسات الإنتاجية والتوزيعية وغير ذلك من الأنشطة الحيوية التغيير في نشاطهم أو تعديله أو التوقف عن ممارسته بدون ترخيص مسبق.

الفرع الثالث: إلزام أصحاب المؤسسات أو المهنيين أو الموزعين بتحقيق التوازن في توزيع السلعة التنموية على المستهلكين:

وذلك عن طريق فرض نظام معين في توزيعها وفق الميزج التسويقي المتفق عليه حسب التركيبات الاجتماعية والتكتلات السكنية من حيث الكم والنوعية والسعر وطبقاً للمسافات ووضع المستهلك وحاجاته المشروعة. والواقع أن كل مؤسسة تسعى إلى زيارة السوق بإتباعها أساليب وطرق قانونية ونزيهة تضمن لها تفضيلات المستهلكين ومن ثم تحقيق مركز تنافس جيد يضمن لها الربح وبالتالي الاستمرار.

* وللتوزيع عدة فوائد ومنافع كالمنفعة الشكلية التي تعني تحويل المواد الخام إلى سلع أو خدمات، إضافة إلى منفعة الوقت أي إتاحة السلع والخدمات عندما يطلب المستهلك شراءها، أما منفعة المكان أي إتاحة المنتجات في أي مكان، وأخيراً منفعة التملك وهي تسهيل عملية التحويل للملكية السلع إلى المستهلك.

المطلب الرابع: الالتزام بالمطابقة:

يعتبر من أهم الالتزامات التي يقع على عاتق المحترف عند تولي مهمة الإنتاج فبعدما كنا في ظل القانون المدني نتحدث عن المطابقة للمحل المتفق عليه من طرف المتعاقدين، أصبحنا في ظل أحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش نتحدث عن المطابقة للمواصفات القانونية والقياسية قصد توفير الجودة العالية في المنتجات العالمية، كما يشمل الالتزام بالمطابقة احترام المواصفات القانونية والقياسية المطابقة التي فرضه المشرع على المحترف باحترام أصول المهنة.

³ - أ د/ موسى زهية : الإرسال II ، ص 11

¹ - أ د موسى زهية : مرجع سبق ذكره ص 11

² - المادة 13 من القانون 03-09 الصادر 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

الفرع الأول: مفهوم المطابقة:

عرف المشرع الجزائري المطابقة بأنها "استجابة كل منتج موضوع للاستهلاك للشروط المتضمنة ففي اللوائح الفنية، وللمتطلبات الصحية والبيئية والسلامة والأمن الخاصة به¹.

أولاً: احترام المواصفات القانونية:

يجب أن تتوفر المواصفات القانونية في كل منتج أو خدمة موجهة للاستهلاك: حيث تنص المادة 10 فقرة 01 من ق 09-03² المتعلق لحماية المستهلك وقمع الغش على أنه: "يتعين على كل متدخل احترام إلزامية المنتج الذي يضعه للاستهلاك فيما يخص: مميزاته وتركيبه وتغليفه وشروط جمعه وصيانتة" أما المادة 11 منه³ فقد نصت في فقرتها الأولى على أنه: "يجب أن يلي كل منتج معروض للاستهلاك الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته، وصنعه ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيبته ونسبه مقوماته اللازمة وهويته وكمياته وقابليته للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله".

- تعبر المواصفات القانونية عن الخصائص والمميزات المطلوبة في المنتج سواء كان سلعة أو خدمة قصد تحقيق غرض معين، يقع على المحترف واجب احترامها منذ تولي مهمة الإنتاج إلى غاية الاستهلاك.

ثانياً: احترام المواصفات القياسية:

أ- مفهوم التقييس: إن التقييس يعني إعداد ونشر احترام مقياس محدد من المنتج و أن التقييس عبارة مرفقة تبين الكم والكيف لخصائص نجاعة كل منتج. وتعرف المقاييس على أنها الوثائق التي تميز خصائص المنتج أو الخدمة، هدفها الأساسي المطابقة المشروعة للمنتجات والخدمات في حين يعتبر الأمن مظهر لهذه المطابقة.

- إن المواصفة القياسية عبارة عن وثيقة قانونية متاحة للجميع ومصاغة بالتعاون أو بالإتفاق مع مجمع من ذوي المصالح المتأثرة بها (أجهزة رقابة، التجار، المستهلكين).

ب- أصناف التقييس: على العموم هناك ثلاثة أصناف من التقييس:

- المقاييس المعتمدة وهي ملزمة، والمقاييس المسجلة ولها طابع اختياري- وأخيراً المقاييس الخاصة أو الناجمة عن المؤسسات ذاتها.

عرّف المشرع الجزائري التقييس في المادة 02 من فقرتها الأولى من القانون 04-04⁴ المتعلق بالتقييس على أنه: "التقييس النشاط الخاص المتعلق بوضع أحكام ذات استعمال موحد متكرر في مواجهة مشاكل حقيقية أو محتملة يكون الغرض منها تحقيق الدرجة المثلى من التنظيم في إطار معين يقدم وثائق مرجعية تحتوي على حلول مشاكل تقنية وتجارية تخص المنتجات والسلع والخدمات التي تطرح بصفات متكررة في العلاقات بين الشركاء الاقتصاديين والعلميين والتقنيين والاجتماعيين".

* أما الغرض الذي وضع من أجله التقييس فقد نصت المادة 30 من ذات القانون على أنه: "يهدف التقييس على الخصوص، إلى ما يلي:

1. تحسين جودة السلع والخدمات، ونقل التكنولوجيا.
2. التخفيف من العوائق التقنية للتجارة، وعدم التمييز.

¹ - المادة 03 من القانون 09-03 المتعلق لحماية المستهلك وقمع الغش (ج.ر عدد 15 في 08 مارس 2009)

²، ³ - ج ر عدد 15 مارس 2008 ص 14

⁴ - 2 - زوبير أرزقي: حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة مذكورة تخرج لنيل شهادة الماجستير في القانون فرع المسؤولية المهنية سنة 2011 صفحة 136-137

3. إشتراط الأطراف المعنية في التقييس واحترام مبدأ الشفافية .
4. تجنب التداخل والإزدواجية في أعمال التقييس .
5. التشجيع على الإحتراف المتبادل باللوائح الفنية والموصفات وإجراءات التقييم ذات الأثر المطابق.
6. اقتصاد الموارد وحماية البيئة.
7. تحقيق الأهداف المشروعة.
- * يهدف التقييس بوجه عام للبحث في مطابقة المنتج من وجه مباشر ، غير أنه يهدف عن طريق غير مباشر إلى البحث في مسألة السلامة¹.

المبحث الثاني: الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك

لقد تم تكريس العديد من الأجهزة وكلفت بالعديد من الصلاحيات في إطار الدفاع عن المستهلك وحمايته وتختلف مهام هذه الأجهزة وصلاحياتها حسب الغرض الذي تأسست لأجله فقد كلفت بسلطة رقابة وتنظيم الحياة الاقتصادية التي تجمع المستهلك بالمحترف أو المحترفين فيما بينهم ، سواء على المستوى الوطني أو المحلي وذلك حسب الصلاحيات المخولة لها وحسب النظام التابعة له فهناك هيئات إدارية ، وأخرى قضائية وأخرى أمنية وأيضاً ظهرت إلى الوجود هيئات أخرى مستقلة عن الأنظمة السابقة الذكر أصبحت تحتل مكانة جد هامة لدى المستهلك وهي جمعيات حماية المستهلك .

المطلب الأول: دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك

الفرع الأول: دور وزارة التجارة:

إن المهام المخولة لوزارة التجارة باعتبارها الجهاز الأول المكلف بحماية المستهلك متعددة ومتنوعة ، هذا التنوع يعود بالدرجة الأولى إلى المصالح التابعة لهذه الوزارة سواء كانت مركزية أو خارجية أو جهوية أم فرعية أو عامة أم ولائية أم محلية بحيث كل مصلحة من المصالح مكلفة بنوع من المهام والأنشطة تمارسها عبر التنظيم الساري المفعول - لقد صدر المرسوم التنفيذي رقم 02-453² الموافق ل 21 ديسمبر 2002 يحدد صلاحيات وزير

التجارة والذي يمنح لوزير التجارة كل الصلاحيات في إطار حماية مصالح المستهلك.

- بناء على المادة 05 منه والتي تنص على أنه: "يكلف وزير التجارة في مجال جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك لما يأتي : - يحدد بالتشاور مع الدوائر الوزارية والهيئات المعنية شروط وضع السلع والخدمات رهن الاستهلاك في مجال الجودة والنظافة الصحية والأمن .

- تقترح كل الإجراءات المناسبة في إطار وضع نظام للعلامات ، وحماية العلامات التجارية والتسميات الأصلية ومتابعة تنفيذها .

- يبادر بأعمال تجاه المتعاملين الاقتصاديين المعنيين من أجل تطوير الرقابة الذاتية .

- تشجيع تنمية مخابر تحاليل الجودة والتجارب ويقترح الإجراءات والمناهج الرسمية للتحليل في مجال الجودة .

- يساهم في إرساء قانون الاستهلاك وتطويره ، يشارك في أشغال الهيئات الدولية والجهوية المختصة في مجال الجودة .

- يُعدّ وينفذ إستراتيجية الإعلام والاتصال تتعلق بالوقاية من الأخطار الغذائية وغير الغذائية تجاه الجمعيات المهنية والمستهلكين التي يشجع إنشاؤها "

² - زبير أرزقي ، مرجع سبق ذكره ، ص 157-158

- يستعين وزير التجارة في إطار أداء مهامه بالاتصال مع مختلف الدوائر الوزارية الأخرى¹ قصد ترقية المنافسة وتنظيم الأنشطة التجارية ومراقبها الجودة وصلاحيات السلع والخدمات المعروضة للجمهور وضبط المنافسة باقتراح كل الإجراءات اللازمة التي من شأنها تعزيز قواعد وشروط منافسة نزيهة ، وتوجيه وتنظيم النشاط التجاري بفرض رقابة على ذلك قصد قمع الغش .

- أهم المصالح التابعة لوزارة التجارة المكلفة بحماية المستهلك وتنظيم المنافسة نذكر منها:

1. على المستوى المركزي :

بالرجوع إلى المرسوم التنفيذي رقم 08-266² المؤرخ في 19 غشت 2008 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة فإنه حول لكل نمن المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين وكذا المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش صلاحية حماية المستهلك وتنظيم المنافسة.

أ. **المديرية العامة لضبط النشاطات والتقنين :** تتخذ هذه المديرية في إطار أداء مهامها جميع التدابير اللازمة الرامية إلى حماية صحة وسلامة المستهلك بحيث تشرف على خمس مديريات كلها تعمل على إعداد الآليات القانونية للسياسة التجارية مع السهر على السير التنافسي للأسواق قصد تطوير قواعد المنافسة السليمة والنزيهة، وكذا الاهتمام بترقية جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك.

* تعتبر مديرية المنافسة ومديرية الجودة والاستهلاك أهم المديريات التابعة للمديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين والتنظيم في إطار تنظيم المنافسة وحماية لمستهلك ، والنتائج المتوصل إليها لكن المتأمل لذلك لا يمكن أن نكون أمام حماية كاملة للمستهلك في حال وجود منافسة غير نزيهة في السوق إذ يقلل ذلك من فرص الحصول على السلع أو الخدمات بما يتناسب مع الرغبات المشروعة للمستهلك أو على الأقل للرغبات المنتظرة عند طرح سلع وخدمات في السوق .

ب. المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش :

تتنوع المهام المخولة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش حسب ما هو منصوص عليه في المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 08-266³ المنظم للإدارة المركزية في وزارة التجارة ، حيث يقوم بمراقبة الجودة وقمع ومكافحة الممارسات المضادة للمنافسة وكذا محاربة الممارسات التجارية غير المشروعة مما تسهر على توجيه برامج المراقبة الاقتصادية وقمع الغش مع العمل على تدعيم وظيفة المراقبة وعصرنتها بالإضافة إلى القيام بتحقيقات ذات منفعة وطنية بخصوص الاختلالات التي تمس السوق وتعتمد على أربع (04) مديريات تابعة لها هي :

1. مديرية مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة .

2. مديرية مراقبة الجودة وقمع الغش.

3. مديرية مخابر التجارب وتحليل الجودة.

4. مديرية التعاون والتحقيقات الخصوصية.

¹ - أهم هذه القطاعات الوزارية: وزارة الداخلية والجماعات المحلية، وزارة الدفاع الوطني، وزارة الفلاحة والتنمية الريفية، وزارة الصحة والسكان، وزارة السياحة.

2-3- زويبر أرزقي ، مرجع سبق ذكره ، ص 159، 160، 161

2. على المستوى الخارجي:¹ يتعلق الأمر في هذه الحالة ، بالمصالح الخارجية التابعة لوزارة التجارة والمنصوص عليها في المرسوم التنفيذي رقم 03-409 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها بالرجوع إلى نص المادة 02 من هذا المرسوم فإنه : "تنظم المصالح الخارجية في وزارة التجارة في شكل:

- مديريات ولائية للتجارة .
- مديريات جهوية للتجارة .

تقوم هذه المصالح بالسهر على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلقين بالمنافسة والجودة ، كما تقوم بتقديم المساعدة للمتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين ، أما المديريات الجهوية للتجارة والبالغ عددها تسعة (09) مديريات فإنها تعمل على تنشيط وتقييم وتوجيه نشاطات المديريات الولائية للتجارة التابعة لاختصاصاتها الإقليمية خاصة في مجال الرقابة الاقتصادية وقمع الغش ، وذلك بالاتصال مع الادارة المركزية وكذا المديريات الولائية للتجارة .

3- الهيئات المتخصصة التابعة لوزير التجارة :

سعى المشرع الجزائري في إطار وضع سياسة وطنية لمراقبة المنافسة التريهة في السوق حماية للمصالح المادية والمعنوية إلى إنشاء هيئات متخصصة لتنفيذ ذلك على المستوى الوطني، وأهم هذه الهيئات تكمن في:

أ- **المجلس الوطني لحماية المستهلكين : (CNPC):**² يعتبر المجلس الوطني لحماية المستهلكين هيئة حكومية استشارية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 92-272 المؤرخ في 6 جويلية 1992 ، وذلك تطبيقا لنص المادة 24 من القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الملغى - للمجلس الوطني لحماية المستهلكين دور استشاري فهو جهاز يبدي رأيه في المسائل المتعلقة بتحسين الوقاية من المخاطر التي قد تحملها المنتجات والخدمات المقدمة للمستهلك وما ينجم عنها من أضرار فهو لا يجوز له أن يصدر قرارات بل يبدي رأيه يتعلق أساسا بحماية المستهلك .

ب- **المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزق (CACQE):**³ لقد تم إنشاء هذا المركز بموجب المرسوم التنفيذي رقم 89-147 المعدل و المتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 03-318 الذي يبين تنظيمه و عمله - يعد المركز مؤسسة عمومية ذات طابع إداري يتمتع بدوره ، يعين مديرا لتمثيل المركز ، تتجلى أهداف المركز في مجالين:

- أولها في مجال حماية صحة المستهلك وأمنه والسهر على احترام النصوص التي تنظم نوعية السلع والخدمات الموضوعة للاستهلاك وتحسينها .

- ثانيها يمكن في مجال الرقابة حيث يقوم بالتنسيق مع الهيئات المختصة قصد الوصول إلى اكتشاف أعمال الغش والتزوير و مخالفة التشريع الساري والعمل به في مجال نوعية السلع والخدمات. يقوم المركز إلى جانب ذلك بإجراء التحاليل اللازمة والبحوث الضرورية لفحص مدى مطابقة المنتوجات والمقاييس المعتمدة وكذا المواصفات القانونية التي يجب أن تتميز بها⁴ .

¹ - ² - ³ زبير أرزقي، مرجع سبق ذكره، ص 161-162-163

¹ - ² - ³ - ⁴ زوبيب أرزقي ، مرجع سبق ذكره ، ص 163-164-165-166

جـ- شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية (RAAQ) :

لقد أنشئت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96-355 المؤرخ في 19-10-1996 والمعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 97-459 المتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية².

- بصدر المرسوم التنفيذي رقم 02-454³ المتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة التجارة في 2002 أدخلت هذه الشبكة ضمن المديرية التابعة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش ، فأصبح يطلق عليها مديرية مخابر التجارب وتحاليل الجودة هدفها القيام بالرقابة والتأكد من التسيير الحسن لنشاطات مخابر التجارب وتحاليل الجودة وقمع الغش وكذا العمل على احترام إجراءات التحليل الرسمية وطرقها وتوحيد مناهج التحاليل والتجارب التقنية لكل منتج: يمكن لشبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية أن تساعد المخابر الأخرى المنشئة لغرض تحليل الجودة وقمع الغش وكذا المخابر الرسمية الموجودة عبر التراب الوطني والبالغ عددها 11 مخبرا منها 04 مخابر جهوية قصد تحسين هذه الأخيرة وتوحيد الطرق والإجراءات الرسمية لتحليل الجودة وتطبيقها بشكل واسع .

الفرع الثاني : دور مجلس المنافسة : تنفيذا لسياسة الإصلاحات الاقتصادية التي شرعت الجزائر في تطبيقها لمواكبة النظام الاقتصادي والرأسمالي ، فإنها أوكلت مهمة تنظيم المنافسة وضبطها لهيئة إدارية مستقلة تدعى " مجلس المنافسة" لقد ظهر مجلس المنافسة في الجزائر لأول مرة بصدر الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995⁴ والمتعلق بالمنافسة ، حيث أسندت له عدة اختصاصات منها تلك الاختصاصات الاستشارية والاختصاصات القمعية يكون الغرض منها ضبط المنافسة والسهر على حسن سير اللعبة التنافسية في السوق قصد زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين ظروف معيشة المستهلكين ، وهذا ما أكدته المادة الأولى من القانون المتعلق بالمنافسة حيث أدى ذلك بالمشروع الجزائري إلى فتح المجال للهيئات المثلة لجمعيات المستهلكين وكل الشخصيات التي لها خبرة مهنية في مجال المنافسة والإستهلاك والتوزيع للانضمام في تكوين المجلس¹ الأمر الذي قد يؤثر إيجابا على دور المجلس في الأخذ بعين الاعتبار كل ما له صلة بحماية وسلامة المستهلك.

الفرع الثالث : دور إدارة الجمارك : تلعب إدارة الجمارك دورا فعالا في الدول الحديثة إذ أوكلت لها عدة مهام إلى جانب تلك المتعلقة بمراقبة حركة دخول وخروج الأفراد والبضائع².

أولا : حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك³ : تحمي إدارة الجمارك المستهلك عند تطبيقها خفض نسب الرسوم الجمركية حتى لا تزيد من أسعار هذه السلع في الأسواق ولكي لا يتحمل المستهلك أعباء هذه الزيادة ، لذا فقد أقر المشرع وضع نوعين من الرسوم على البضائع ، بضائع تخضع لرسوم ذات نسب ضعيفة وبضائع تخضع لرسوم عالية وهي تلك التي تخضع للحقوق والرسوم التي تتجاوز نسبتها الإجمالية 45% ، ففي هذا الإطار يمكن القول بأن دولة الإمارات من الدول القليلة في العالم التي لا تحبذ فرض رسوم جمركية عالية لكي لا تزيد من أسعار السلع ، ولكي لا تحمل المستهلك أعباء هذه الزيادة في تكلفة السلع ، والدليل على ذلك أنها كانت تطبق نسبة 01% (واحد بالمائة) من الرسوم الجمركية على القليل من البضائع الواردة (تقريبا ما نسبته 80%) معفية من الرسوم الجمركية .

يمكن لإدارة الجمارك أن تخطر مجلس المنافسة قصد وضع سياسة محكمة لحماية السوق وكذا حماية المتنافسين في ما بينهم ، لكن دون أن تكون إدارة الجمارك ملزمة بذلك لأنه لا يوجد أي نص يلزمها بذلك ، ومثال ذلك عندما يتبين أن استيراد

¹ -2-3-4- زوبير أرزقي، مرجع سبق ذكره ، ص 164، 165، 172، 175

منتوج بكميات متزايدة بصفة مطلقة أو بمقارنتها مع الإنتاج الوطني قد يلحق ضررا ، أو يهدد بإلحاق ضرر خطير بفرع من الإنتاج الوطني لمنتجات مشابهة أو منافسة لها مباشرة .

بصفة عامة فقد خولت المادة 241 فقرة 01 من قانون الجمارك حق معاينة المخالفات الجمركية وضبطها للعديد من الهيئات حيث تنص على أنه : " يمكن لأعوان الجمارك وضباط الشرطة القضائية وأعوانها المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية وأعوان مصلحة الضرائب وأعوان المصلحة الوطنية لحراس الشواطئ وكذا الأعوان المكلفين بالتحريات الاقتصادية والمنافسة والأسعار والجودة وقمع الغش ، أن يقوموا بمعاينة المخالفات الجمركية وضبطها " ويجب تحرير محضر مخالفة فور حجز السلعة محل المخالفة . كذلك إذا تعلق الأمر بقمع الغش ومتابعة ذلك على القطر الجزائري البري أن تطالب تدخل السلطات المدنية والعسكرية ومد العون لهم فور طلب ذلك منهم لتمكينهم من أداء مهامهم .

ثانيا: ضمان أمن وسلامة المستهلك⁴ : بالرجوع للمادة 08 مكرر من قانون الجمارك يتجلى دورها في وضع حد لكل ما من شأنه المساس بالمستهلك نتيجة لوجود بضائع تهدد صحته وسلامته أو وضع حد لكل منتوج موجه للسوق الوطنية قصد إغراقها أو إعاقة تطوير وتنمية المنتج المحلي ، حيث يتمثل الدور الأمني الذي تلعبه الجمارك حماية سلامة وصحة المستهلك في مراقبة ومنع إدخال المواد الممنوعة وأهمها المخدرات والمواد المغشوشة . كما يكمن دور أعوان الجمارك في إطار تنفيذ حق تفتيش الأشخاص والبضائع وكذلك وسائل النقل مع مراعاة الاختصاص الإقليمي لكل فرقة ، أن تقوم في حال وجود معالم حقيقية يفترض من خلالها وجود أشخاص يحملون مواد مخدرة داخل أجسامهم أن تخضعها لفحوص طبية للكشف عنها بعد الحصول على رضاء صريح من المعني بالأمر وفي حال رفضه لمطالب أعوان الجمارك يقدم مباشرة لرئيس المحكمة المختصة طلبا للترخيص بذلك .

الفرع الرابع : دور الجماعات المحلية في حماية المستهلك : يمكن للوالي ورئيس البلدية بالنظر إلى الصلاحيات التي يتمتعان بها في إطار تسيير الإدارة المحلية أن يتدخلوا لوضع حد للممارسات المنافسة للتجارة التي من شأنها المساس بصحة وأمن المستهلك باعتباره فردا من أفراد المجتمع .

أولا : دور الوالي في حماية المستهلك¹ : يعتبر الوالي مسؤولا عن إتخاذ الإجراءات اللازمة للدفاع عن مصالح المستهلكين وذلك بإشرافه على المديرية الولائية للمنافسة والأسعار التي تطبق السياسة الوطنية في ميدان المنافسة والأسعار ومراقبة النوعية وقمع الغش.

في إطار أداء الوالي لمهامه باعتباره ممثلا للدولة فإنه يتعين عليه أن يقوم بكل ما يكفل صحة وسلامة الأفراد حيث تنص المادة 96 من القانون رقم 90-09 المتعلق بالولاية المؤرخ في 1990/04/07² معدل ومتمم أنه يكون : " الوالي مسؤول عن المحافظة على النظام والأمن والسلامة والسكينة العامة " فتطبيقا لهذا المبدأ فإنه تم توفير جميع الوسائل المادية قصد تحقيق ذلك . فالوالي باستطاعته أن يعتمد على المديرية التابعة لوزارة التجارة الموجودة على مستوى كل ولاية في إطار تنفيذ السياسة الوطنية المتعلقة بحماية المستهلك ، حيث تنص المادة 119 من قانون الولاية أنه : " يمكن للولاية قصد تلبية الاحتياجات الجماعية لمواطنيها إنشاء مصالح عمومية ولائية لاسيما في الميادين التالية: حفظ الصحة ومراقبة النوعية "

¹ -2- ³ زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، جامعة منتوري مقرى بنيزي وزو، 2011 ص 180، 181

ثانيا: دور رئيس البلدية في حماية المستهلك³: يمارس رئيس البلدية وظائفه في مجال واسع ويطبق سلطاته في مجالات غير منظمة لضمان حماية صحة المستهلك، هذا ما يفسر توسيع مفهوم النظام العام الذي يسمح بإدماج حماية المستهلك في إطار انشغالات السلطة الإدارية العامة.

- يعتبر رئيس المجلس الشعبي البلدي ضابط الشرطة القضائية أما في ما يخص اختصاصاته فإنه بالرجوع إلى نص المادة 69 من القانون 90-08¹ المتعلق بالبلدية فإنه: " يتولى رئيس المجلس الشعبي البلدي تحت سلطة الوالي ما يأتي " السهر على حسن النظام والأمن العموميين وعلى النظافة العمومية " كما يتولى إلى جانب ذلك طبقا لنص المادة 75 الفقرة 02 من نفس القانون " المحافظة على النظام العام وسلامة الأشخاص والأماكن " ، أما الفقرة 08 من نفس المادة 75 فإنها تنص على أنه " يتولى السهر على النظافة للمواد الاستهلاكية المعروضة للبيع " .
- ففي إطار تنفيذ هذه الالتزامات يمكن لرئيس البلدية اللجوء إلى استعمال كافة الموارد البشرية والمادية لتحقيق ذلك قصد منع الإضرار بالمواطنين عامة والمستهلك خاصة ، فيحق له أن يعتمد لممارسة صلاحياته على هيئة الشرطة البلدية طبقا لنص المادة 74 من قانون البلدية إلى جانب هذا وحفظا لصحة الأفراد ونظافة المحيط ، فإن البلدية تتكفل بحفظ الصحة والنظافة العمومية تطبيقا لنص المادة 107 من قانون البلدية والتي تنص على أنه " تتكفل البلدية بحفظ الصحة والمحافظة على النظافة العمومية لاسيما في مجال ما يأتي:
- توزيع المياه الصالحة للشرب .
- صرف ومعالجة المياه القذرة والنفايات الجامدة الحضرية.
- مكافحة ناقلة الأمراض المعدية.
- نظافة الأغذية والأماكن والمؤسسات التي تستقبل الجمهور.
- مكافحة التلوث وحماية البيئة

لقد صدر في سنة 1987 مرسوما تنفيذيا رقم 87-146² يتضمن إنشاء مكاتب لحفظ الصحة على مستوى البلديات وهذا في إطار مراقبة نوعية المواد الغذائية والمواد الاستهلاكية المعروضة للبيع .

المطلب الثاني: دور الأجهزة القضائية في حماية المستهلك:

الفرع الأول: سلطة القضاء في الدفاع وحماية المستهلك:³

على الرغم من السلطات التي تتمتع بها الإدارة لإيقاف بعض الممارسات والتجاوزات التي يرتكبها العون الاقتصادي ، إلا أنها لا تتمكن من تحقيق وقاية كافية وفعالة لتجسيد حماية حقوق المستهلك ، ومن ثم فرض التوازن لذا كان لزاما للمتابعة القضائية أن تكمل دور الإدارة وهذا من خلال السلطات التي تتمتع بها الهيئات القضائية والمتمثلة في فرض الجزاء كوسيلة لردع وقمع المخالفات والجرائم الاقتصادية، وفي هذا الإطار تنص المادة 60 من قانون الممارسات التجارية على : " تخضع مخالفات أحكام هذا القانون لاختصاص الجهات القضائية " . ويصل الملف طبعا

¹ - ² - ³ زوبير أرزقي، مرجع سبق ذكره، ص 181-182-183-184.

عن طريق تحريك ومباشرة الدعوى العمومية من قبل النيابة العامة بعد إبلاغها بالمخالفات من قبل المستهلك أو ضباط الشرطة القضائية¹.

أولاً : دور النيابة العامة في حماية المستهلك:²

النيابة العامة هي هيئة عمومية قضائية نص عليها قانون الإجراءات الجزائية ويعدّ أوضاعها قضاء يمثلون المجتمع من أجل تطبيق القانون . تقوم النيابة بعدة اختصاصات في المجال القضائي خاصة في إطار ممارسات الدعوى العمومية ، ويزداد دورها يوماً بعد يوم نظراً لتراجع تدخل الدولة في الحياة الاقتصادية ، الأمر الذي يجعل تدخل النيابة العامة أكثر من ضروري لمواجهة مثل هذه التحديات التي تواجه المجتمع عامة وفئة المستهلكين خاصة.

- تدخل النيابة العامة في المجال الاقتصادي والتجاري لا يتنافى ولا يتعارض مع دورها التقليدي المعروف ، إذ يتجلى دورها في إطار حماية المستهلك في العصر الحالي أكثر مما كان عليه في السابق ، خاصة مع ظهور آفات اجتماعية واقتصادية جديدة نتيجة لعجز الإدارة المختصة في قمع الممارسات التي تمس بالمستهلك وذلك بتوقيع الجزاء وفي هذه الحالة فالاختصاص محتكر من قبل القاضي .

وفي إطار حماية المستهلك وقمع المخالفات التي تهدد صحة وأمن المستهلك تلعب النيابة العامة دوراً هاماً بالتنسيق مع مختلف الهيئات الأخرى المكلفة بحماية المستهلك. إذ يمكن لمصالح رقابة الجودة وقمع الغش أو شبكة المخابر أو جمعيات حماية المستهلك أن تطلب من النيابة العامة التدخل لقمع جميع المخالفات التي تقع من قبل المحترفين خاصة في ظل تزايد الممارسات التجارية غير التزيهة وظهور الأسواق السوداء ، الأمر الذي يزيد من نسبة المساس بصحة وأمن المستهلك.

ثانياً: دور القضاة في حماية المستهلك:³ إلى جانب النيابة العامة فلقضاة الحكم صلاحيات النظر في النزاعات الناتجة عن الإضرار بالمستهلك نتيجة الممارسات المناهية للتجارة.

يقع على القضاة عندما تكون الدعوى مرفوعة من قبل المستهلك أن يتعاملوا مع هذا الأخير وفق معيار المستهلك الضحية المتوسط الذكاء، وهذا بالاستناد على معيار الرجل العادي المعروف في القانون المدني.

- يمكن للقضاة بموجب الاختصاص المخول لهم أن ينظروا في القضايا المرفوعة من قبل المستهلك أمام المحاكم

قصد الفصل فيها، سواء كانوا قضاة من الأقسام التجارية عندما يتم رفع الدعاوى المتعلقة بالتزاعات التجارية أو ترفع أمام الأقسام المدنية عندما يتعلق الأمر بطلب التعويض أو تنفيذ العقود المبرمة.

أما إذا كان موضوع رفع الدعاوى ناتج عن جرائم معاقب عنها جنائياً فالمستهلك الخيار بين رفعها أمام القاضي الجزائي والتأسيس كطرف مدني أو أن يرفع دعواه أمام القسم المدني ، كما يمكن أن ترفع الدعوى من طرف الهيئات الإدارية المكلفة بمتابعة الأنشطة الاقتصادية التي سبق ذكرها .

الفرع الثاني: حق المستهلك في اللجوء إلى القضاء:

يحق لكل شخص في المجتمع اللجوء إلى القضاء قصد الحصول على حقوقه أو المطالبة بحمايتها وذلك بشرط أن تكون لهذا الشخص الصفة والمصلحة في ذلك. حيث تنص المادة 13 فقرة 01 من القانون رقم 08-09¹ المؤرخ في 25 فبراير

¹، ²، ³ - زوبير أرزقي مرجع سبق ذكره، ص 184-186-187-188.

2008 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية على أنه : " لا يجوز لأي شخص التقاضي ما لم تكن له صفة ، وله مصلحة قائمة أو محتملة يقرها القانون " ويكون ذلك بعريضة مكتوبة موقعة ومؤرخة . فيحق للمستهلك اللجوء إلى القضاء لحماية مصالحه المادية والاقتصادية فضلا عن طلب التعويض لما أصابه من ضرر ناتج عن أفعال المنافسة غير المشروعة أو أفعال مخالفة لقواعد ممارسة التجارة.

* ثبوت حق المستهلك في رفع الدعوى القضائية : تعتبر الدعوى القضائية الوسيلة الفعالة التي يلجأ إليها قصد الدفاع عن مصالحه وحمايتها وذلك بمثابة إجراء وقائي يسبق وقوع الضرر هدفه وقف الممارسات الغير مشروعة والمنافية للتجارة والمنافسة وذلك أمام القضاء الاستعجالي، كما للمستهلك حق في رفع دعاوى أخرى تختلف من حيث تكييف الوقائع والضرر الذي أصابه ، ومثال ذلك إذا كانت الوقائع تشكل جريمة ونتج عنها ضرر أصاب المستهلك فإن له الحق في المطالبة بالتعويض عن طريق رفع دعوى مدنية تبعية إما أمام القضاء الجنائي وهو الاستثناء أو أمام القضاء المدني وهو الأصل . وذلك تطبيقا لنص المادة 02 فقرة 01 من قانون الإجراءات الجزائية التي تنص على أنه : " يتعلق الحق في الدعوى المدنية للمطالبة بتعويض الضرر الناجم عن جناية أو جنحة أو مخالفة لكل من أصابهم شخصا ضرر مباشر تسبب عن الجريمة " ، أما إذا كانت الوقائع لا تشكل جريمة فإنه يتعين على المستهلك رفع دعوى مدنية قصد المطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحق به . كما يمكن للمستهلك من رفع دعوى عمومية في حال مخالفة أحكام المواد 68-69-70-79-83-84 من القانون رقم 03-09² المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والتي تحيل إلى أحكام قانون العقوبات الجزائي

الفرع الثالث : المسؤولية المقررة على المخترع :

أولا : المسؤولية المدنية¹ : تنقسم المسؤولية المدنية إلى مسؤولية عقدية ومسؤولية تقصيرية هذا كقاعدة عامة إلا أنه في إطار حماية المستهلك هناك من يؤسس قيام مسؤولية العون الاقتصادي باعتباره مخترع في نشاطه على أساس عقدي يربط هذا الأخير بالمستهلك ، وآخرون يؤسسون قيام المسؤولية المدنية على أساس تقصيري والتي مفادها المادة 124 من التقنين المدني الجزائري والتي تقابلها المادة 1382 من التقنين المدني الفرنسي بالرجوع إلى نص المادة 140 مكرر فقرة 01 من التقنين المدني الجزائري التي تنص على أنه: " يكون المنتج مسؤولا عن الضرر الناتج عن عيب في منتج حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية " تنطبق للمسؤولية حسب أحكام وقواعد قانون حماية المستهلك لما لها من خصوصيات بحيث تقوم هذه المسؤولية على أساس إخلال أحد أطراف العلاقة الاستهلاكية (المخترع) بالتزام قانوني يؤدي إلى إلحاق الأضرار بالناس سواء كان المتسبب الأصلي أو المباشر شخص طبيعي أو معنوي .

● متى ثبت للمحكمة توافر عناصر المسؤولية من خطأ أو ضرر أو علاقة سببية بين الخطأ والضرر يتعين عليها بالحكم بالتعويض المناسب للمتضرر ، وفي هذا السياق تستعين المحكمة بأصل الخبرة .

● كثيرا ما تقع الجهات القضائية المرفوع أمامها الدعوى بأعمال الخلط عند تسبيب الأحكام وهنا راجع بالدرجة الأولى إلى اختلاف تكييف الوقائع من هذه الهيئات إذ يمكن طلب التعويض من طرف المستهلك بسبب الضرر الذي

¹ - زوبير أرزقي، مرجع سبق ذكره، ص 189-190

² - القانون رقم 09-03 المؤرخ في: 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

أصابه من قبل الختلف في الحين الكثير من القضاة يبررون أحكامهم بعدم تنفيذ ضمان صلاحية المنتج أو ضمان العيوب الخفية نظرا لتأثرهم بنصوص التقنيين المدني ، في حين هناك الكثير من الالتزامات نجدها في قانون حماية المستهلك تقع على الختلف لا نجدها في غيره من القوانين الأخرى مثل ضرورة إعلام المستهلك ووسم السلع وتغليفها وكذلك الأماكن التي يتم فيها عرضها .

- يفضل بعض الفقهاء في إطار المسؤولية المدنية التفرقة بين الأخطاء التي قد تنجم فتصيب المستهلك ، حيث هناك من قسمها إلى أخطاء عادية وأخرى أخطاء فنية .

ثانيا : المسؤولية الجنائية² : تُعرّف المسؤولية الجنائية بأنها الالتزام بتحمل الآثار القانونية المترتبة على توافر أركان الجريمة ، وموضوع هذا الالتزام هو فرض عقوبة أو تدبير احترازي حددهما المشرع في حال قيام مسؤولية أي شخص فيعني هذا التعريف أن الأثر المترتب عن تحقيق كل عناصر الجريمة والذي يجعل ثبوت هذه الأخيرة إلى خضوع الجاني للجزاء الذي يقرره القانون وذلك بموجب حكم قضائي .

- لقد نص المشرع الجزائي على عقوبات جزائية¹ تقع على عاتق البائع في حالة غش المواد والسلع أو التدليس أو استعمال مكاييل خاطئة أو حيازة سلع مغشوشة ، وهذا بموجب نصوص قانون العقوبات ويمكن حصر هذه النصوص في المواد 435،434،433،432،431،430،429،289،288، تحت عنوان الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية ، وهنا تبدو أهمية تشديد التزامات الختلف كما سبق الإشارة إليه سابقا من خلال ضرورة وسم السلع وتغليفها بما يعود بالنفع على المستهلك وعدم الإضرار به .
- إذا قانون العقوبات يجرم كل فعل يقوم به الختلف من غش أو تدليس يصيب به المستهلك وللمحكمة النظر في جميع الدعاوى الناشئة عن أعمال وأفعال يعتبرها القانون جريمة أيا كان الشخص الذي ارتكبها ، ولها دور فعال ومهم في الفصل في المخالفات التي تعرض عليها من طرف وكيل الجمهورية أو تحال عليها من طرف قاضي التحقيق أو غرفة الاتهام بحسب طبيعة المخالفة ونوع الفعل الإجرامي .
- يمكن إثارة المسؤولية الجنائية للمختلف متى ثبت أي تقصير منه أدى إلى مرض غير قابل للشفاء أو فقدان استعمال عضو أو الإصابة بعاهة مستديمة وهذا بموجب المادة 83 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش . أما إذا كان تدخل الختلف تدخلا يرمي من ورائه إلى عرقلة مهام الرقابة المنصوص عليها في المادة 25 من القانون السالف ذكره فإنه يعاقب جزائيا طبقا لأحكام المادة 435 من قانون العقوبات الجزائي هذا وإن لم تشكل المنتوجات محل الرقابة أي إضرار المستهلك .

- وفي حالة العود من طرف الختلف الذي ثبت إدانته من قبل لأفعال من شأنها المساس بالمستهلك يجوز للسلطة القضائية مضاعفة الغرامات المنصوص عليها قانونا حسب المادة 36 من قانون العقوبات ، وكذا شطب السجل التجاري بالإضافة إلى العقوبات الأصلية المتمثلة في الحبس أو السجن والغرامة ، يمكن توقيع عقوبات أخرى تبعية الغرض منها تشديد العقوبة على المسؤول جنائيا وتمثل في مصادرة المنتج أو إتلافه على نفقة المتدخل وإغلاق المؤسسة نهائيا وسحب الرخص المقدمة لمباشرة النشاط الإنتاجي لمنتجات معينة .

2- زوبير أرزقي ، نفس المرجع، ص 200

¹ - زوبير أرزقي، مرجع سبق ذكره، ص 201، 202، 203

وعند الرجوع إلى الأسواق الجزائرية والنظر في طبيعة المنتوجات المقدمة للمستهلك فإننا نلاحظ بكل وضوح مخالفة الأنظمة القانونية المنظمة في هذا المجال ، حيث دون اللجوء إلى القضاء للبحث عن أهم المخالفات والجرائم التي ترتكب ، ويصاب منها المستهلك الجزائري فإننا نشاهد يوميا كيفية عرض السلع في الأسواق وهذا يغنينا عن كل تعليق ..

● تبقى العقوبات الجنائية من أهم الموضوعات التي يجب إعادة النظر فيها قصد الاستجابة لأغراض الحماية التي تقررها أغلب الدول خاصة في مجال محاربة الجرائم الإلكترونية بشتى أصنافها وأشكالها وأنواعها وحماية المستهلك، وهكذا تبقى للجهات القضائية السلطة المخولة لها كل صلاحيات توقيع العقوبات سواء

كانت جزائية أو مدنية أو إدارية ولها الفصل في الدعاوى المرفوعة لديها سواء كانت من طرف المستهلك أو الجمعيات الممثلة له أو من طرف الهيئات الإدارية المكلفة بقضايا الاستهلاك والمنافسة¹ .

المطلب الثالث: دور جمعيات حماية المستهلك:

وفي إطار نظام اقتصاد السوق يكون التجار أسيادا في عرض السلع والخدمات ، ويفرضون شروطهم من خلال عقود يحررونها بأنفسهم ، أما بالنسبة للمستهلكين فهم "مطالبون" ليس لهم في الغالب الخيار سوى القبول أو الرفض. ولهذا صدر القانون الجزائري لحماية المستهلك وقمع الغش سنة 2009 ليحل محل قانون 1989 ليفرض على المتدخلين سواء كانوا مستوردين أو منتجين أو بائعين التزامات عامة لضمان أمن وسلامة المنتوجات والخدمات وحفظ المصالح المادية والمعنوية للمستهلكين .

تتدخل مختلف سلطات الرقابة المؤهلة لتطبيق هذه الالتزامات وفي الكثير من الأحيان تترتب عنها عقوبات جزائية . لكن في هذا البحث تلعب أيضا جمعيات حماية المستهلك دورا أساسيا في إحداث التوازن مع لوبي المهنيين في المساهمة في ترقية هذا الحق البارز في الاستهلاك ومساعدة المستهلكين فرديا والدفاع عنهم ميدانيا² .

تُعرّف جمعية حماية المستهلكين على أنها : "هي كل جمعية منشأة طبقا للقانون تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله"³.

بالرغم من تواجد العديد من الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك الموضوعة من طرف الدولة فإنه في أغلب الأحيان لا تفي بالغرض الذي أنشأت من أجله الأمر الذي يجعل المستهلك غير قادر على الدفاع عن حقوقه بمفرده وعدم تمكنه من مدى عدم تطبيق قواعد حماية المستهلك وهذا بوضع تكتلات للمستهلكين ومع مرور الوقت أصبح ذلك في شكل جمعيات تعرف بجمعيات حماية المستهلك.

لقد اعترف المشرع الجزائري بدور جمعيات حماية المستهلك بموجب القانون رقم 89-02 الصادر في 07-02-1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك والملغى بموجب القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، أما تنظيم هذه الجمعيات من حيث إنشائها وتنظيمها وسيرها فقد نظمها المشرع بموجب القانون 90-31 المتعلق بالجمعيات حيث تم الاعتراف لها بالمنفعة العامة وكذا تمتعها بالشخصية والأهلية المدنية. بمجرد تأسيسها عملا بأحكام المادة 16 من القانون ذاته.

¹ - زويير أرزقي ، المرجع السابق ، ص 203-204

² - وزارة التجارة، دليل المستهلك الجزائري، ص 23

³ - المادة 21 الفقرة 01 من القانون 09-03 الصادر في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش .

لقد أعطى المشرع الجزائري الضوء الأخضر لجمعية حماية المستهلك لمزاولة نشاطها سواء على المستوى الوطني أو المحلي في إطار الدفاع عن جماعة المستهلكين.

الفرع الأول: التدخل الوقائي لحماية المستهلك:¹

يقصد بالتدخل الوقائي لحماية المستهلك، ذلك الإجراء الذي تباشره جمعيات حماية المستهلك قبل المساس بصحة وأمن المستهلك وسلامته من الأضرار التي قد تلحق به من طرف المهنيين وغيره من المتدخلين الاقتصاديين الذين يسعون إلى تحقيق أكبر ربح ممكن ولو كان ذلك على حساب أمن وصحة المستهلك وخاصة مع غياب الوعي الاستهلاكي بنسبة كبيرة بين جمهور المستهلكين بغية ضرورة الارتقاء بالمستوى الاستهلاكي بما يتناسب مع مقتضيات الحياة ، الأمر الذي يتطلب متابعة مستمرة من طرف هذه الجمعيات قصد تحسيس وإعلام ومراقبة الجودة والأسعار .

أولا : تكوين إعلام وتحسيس المستهلكين:² هو دور أساسي للجمعيات تعليم المستهلكين والاستهلاك الرشيد وتنبههم إلى قواعد النظافة وتعريفهم بحقوقهم والدفاع عنهم والتصرف بأكثر يقظة وأكثر شدة تجاه التجار ، وكلما كانت قريبة من الميدان ومن السكان المحليين ، كلما كانت فعالة وصوتها مسموع . يمكن للجمعيات إقامة معارض وقوافل وإقامة جناح في السوق والإدلاء بحوارات صحفية والمشاركة في برامج إذاعية أو المقالات في الجرائد... الخ .

تسعى جمعية حماية المستهلكين إلى تحسيس المواطنين عامة والمستهلكين خاصة ، ومن أجل ذلك تلجأ إلى استعمال وسائل الإعلام المختلفة مثل التلفزيون ، الإذاعة والإشهار وتنظيم المحاضرات وتعليق الملصقات والمطبوعات والوثائق حتى تكون على اتصال مباشر بالمستهلك لكي تلم بانشغالاته ، كما أن أسلوب التحسيس لا يقتصر فقط على المستهلك فحسب وإنما يجب أن يصل لأصحاب القرار ومثال ذلك اختار مجلس المنافسة حيث نصت المادة 35 فقرة 02 من القانون رقم 12/08³ المتعلق بالمنافسة " أنه يمكن أن تستشير أيضا في المواضيع نفسها الجماعات المحلية والهيئات الاقتصادية والمالية والمؤسسات والجمعيات المهنية والنقابية وكذا جمعيات المستهلكين " .

ثانيا: دور جمعية حماية المستهلك في مراقبة الأسعار والجودة: تلعب هذه الجمعيات دورا هاما في متابعة الأسواق وذلك لمراقبة الأسعار وإشعارها وكذا مطابقة السلع بالجودة ، ويشبه دور الجمعية هنا ذلك الدور الذي تلعبه مصالح مراقبة الجودة وقمع الغش والأسعار إذ اعترف لها المشرع بالمنفعة العامة أو العمومية وفقا للشروط والكيفيات التنظيمية المعمول بها قانونا¹ . وعليه فإن هذا الدور الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك أصبح أكثر ضرورة بسبب انفتاح أسواق السلع والخدمات على المستهلكين سواء من قبل منتجين وطنيين أو أجانب فتقوم هذه الجمعيات بمساعدة الأجهزة الرسمية التابعة للدولة وبتقاسم المسؤولية في مراقبة الأسواق وتطهيرها وضبطها كتسقيف الأسعار وسحب المنتوجات التي لا تتطابق والمواصفات والمقاييس الحرة قانونا إنصافا لحماية المستهلك ماديا وصحيا وأمنا.

الفرع الثاني: التدخل الدفاعي لحماية المستهلك:

وهو الإجراء الذي تباشره هذه الجمعيات أمام الجهات القضائية في حالة الإضرار بجماعة المستهلكين أو القيام بأعمال أكثر صرامة في مواجهة المخترفين وعليه:

أولا: التمثيل أمام الهيئات الاستشارية:

¹ - زوبير أرزقي ، مرجع سبق ذكره، ص 206

² - وزارة التجارة، دليل المستهلك الجزائري، سنة 2011، ص 24

³ - زوبير أرزقي، نفس المرجع، ص 207.

¹ - المادة 21 فقرة 2 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

للجمعيات دورا أساسيا في تمثيل المستهلكين أمام السلطات العمومية هي (صوت) المستهلكين الذين لا يملكون الوسائل للتعبير بصفة مباشرة فهي تمثلهم أمام هذه الهيئة التي تملك فيها دور فعّالا في الدفاع عن مصالح المستهلكين إلى جانب ممثلين المهنيين وممثلين السلطات العمومية:

- المجلس الوطني لحماية المستهلكين : ولذي يبدى أرائه ويقترح إجراءات قصد تنمية وترقية سياسة حماية المستهلكين
لجنة البنود التعسفية : ومقرها الوزارة المكلفة بالتجارة : تكلف هذه اللجنة الاستشارية لاسيما بالبحث عن البنود التعسفية في عقود الإذعان وصياغة اقتراحات ترفع إلى الوزير² .

ثانيا: التمثيل أمام المحاكم :

يمكن لجمعية حماية المستهلك أن تتأسس كطرف مدني باسم مستهلك أو عدة مستهلكين ألحقت بهم أضرار فردية تسبب فيها نفس التدخل وذات أصل مشترك وعليه فإذا كان اعتراف قانون حماية المستهلك وقمع الغش بالصفة التمثيلية للدفاع عن المصالح الجماعية للمستهلكين قصد إصلاح الضرر الذي قد يصيبهم فإنه اعتراف صريح للقانون للتدخل في مختلف دعاوي من قبل هذه الجمعيات سواء التأسس كطرف مدني أمام القضاء الجزائي أو رفع دعوي مدنية أصلية أمام القضاء المدني وبالتالي فتختلف الدعاوي التي ترفعها هذه الجمعيات ونذكر منها:

أ- الدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلك¹:

يمكن أن تتأسس جمعيات حماية المستهلك كطرف مدني طبقا لقانون 09-03 المادة 23 منه وتطالب بحقوق لصالح المستهلكين ولكن بشرط في ذلك

- 1- أن تكون هناك مخالفة للقانون الجنائي حتى يتسنى لهذه الجمعيات الادعاء مدنيا أمام القضاء الجزائي
- 2- لا بد للمدعي المدني أن يدفع مبلغا من المال يحدده عادة قاضي التحقيق لدي كتابة الضبط للمحكمة ما لم يحصل على مساعدة قضائية المادة 75 من الأمر 66-155 معدل ومتمم.
- 3- أن يختار مواطنا بدائرة اختصاص المحكمة التابع لها قاضي التحقيق طبقا لنص المادة 76 من قانون الإجراءات الجزائية ، وهو ما أكدته المحكمة العليا في قرار صادر عنها تقضي فيه بوجوب أن يختار المدعي المدني مواطنا بدائرة اختصاص المحكمة التابع لها قاضي التحقيق المرفوع أمامه الادعاء .
- 4- لا بد أن يكون قاضي التحقيق المرفوع أمامه الادعاء مختصا إقليميا، وإلاّ أن يأمر بإحالة المدعي المدني إلى الجهة القضائية المختصة.

ب-الدفاع عن المصلحة الفردية لمجموعة من المستهلكين²:

- إستنادا لنص المادة 23 السالفة الذكر ، فإنه يمكن لجمعية حماية المستهلك رفع دعاوى للدفاع عن المصلحة الفردية لمجموعة من المستهلكين ، وذلك متى توفرت الشروط التالية :
- لا بد أن يكون المستهلكون المتضررون أشخاصا طبيعية أو معنوية لحقها ضرر سببه نفس المخترع مما يفترض معرفة هذا المخترع مسبقا .
 - أن يكون الضرر اللاحق بهم هو ضرر شخصي ويمكن أن نعطي مثالا في هذا الصدد ما يقوم به بعض المخترفين في مجال التأمين إذ تقوم بإضافة بنودا تعسفية في عقد التأمين، الأمر الذي يجعل المستهلك غير قادر على تنفيذه.

² وزارة التجارة، (دليل المستهلك الجزائري)، مرجع سبق ذكره، سنة 2011، ص 25

¹ - زويبر أرزقي ، مرجع سبق ذكره ، ص 213، 214.

² زويبر أرزقي، مرجع سبق ذكره ، ص 214، 215.

- إلى جانب هذه الشروط هناك من يشترط تقديم وكالة، أي أن يقدم اثنان على الأقل من المستهلكين المتضررين وكالة لجمعية حماية المستهلك لتمثيلهم أمام الجهات القضائية.

ثالثا : الدعوى إلى المقاطعة أو إلى الإشهار المضاد :³

قصد لتحقيق الرغبات المشروعة للمستهلك وكذا حقوقه المنصوص عليها فإنه يمكن لجمعيات حماية المستهلك من اللجوء إلى استخدام وسائل أخرى غالبا ما تكون إلى جانب الدعاوى القضائية التي تتقدم بها أو ترسلها، حيث نجد بعض الجمعيات في دول أخرى تلجأ إلى هذه الوسائل بعد فشل الدعاوى التي ترفعها.

- يتمثل أسلوب المقاطعة في التعلية التي توجهها جمعية حماية المستهلك لكافة المستهلكين لأجل حثهم على الامتناع عن اقتناء منتجات أو خدمات تحمل علامة مقلدة وما يلاحظ أن القضاء تردد في تحديد موقفه بخصوص أسلوب المقاطعة لما لها من عواقب وخيمة ، فيرى بأنه يكفي وضعها كأسلوب تهديدي فالخشية منها كافية لردع التجار وجعلهم يحترمون الرغبات والحقوق المشروعة للمستهلكين. ويبقى نجاح الدعوى إلى المقاطعة مرهون بمدى استجابة المستهلك لها¹

- كما يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تباشر بإجراءات أخرى إلى تلك المذكورة أعلاه ، وذلك بأن تتخذ أسلوبا آخرًا للتنديد بالممارسات غير التريهة التي يقوم بها المحترفون على حساب أمن وسلامة المستهلك ، وبالتالي لمنع الإضرار بالمستهلك ، فتقوم بمواجهة فئة المحترفين بإشعار مضاد ضد كل سلعة أو خدمة موجهة للمستهلك . إذا كان الهدف من الإشهار المضاد هو وقائي لأنه يعمل على كشف حقيقة السلعة أو الخدمة ، فإنه من جهة أخرى يعمل على دعوة المستهلكين إلى عدم اقتناء أو استعمال كل ما كان محل هذه الدعاية المضادة ، والإشهار المضاد الذي تمارسه أو تقوم به جمعيات حماية المستهلك لا ينصب على المحترف ، إنما على السلع والخدمات التي هي موضوعة للتداول² ، كما يمكن التدخل بأسلوب إشهاري مضاد متى ثبت أن هناك تفريط في ارتفاع الأسعار بسبب المضاربة والاحتكار .

- هذا فيما يخص مس صحة وسلامة المستهلك أثناء اقتنائه السلع والخدمات ، إلا أنه وتماشيا مع النمو الاقتصادي الذي يشهده العالم حاليا ، لم يمنع جمعيات حماية المستهلك في اتخاذ أسلوب الإشهار المضاد كوسيلة للتعبير عن رفضها كل ما من شأنه المساس بأمن وسلامة وبيئة المستهلك ومحيطه الذي يعيش فيه بالتنسيق مع باقي الجمعيات الأخرى والأجهزة العمومية الرسمية الأخرى المختصة في هذا الشأن .

- فالتلوث البيئي المتزايد نتيجة الاستخدام الواسع لمصادر الطاقة وكذا المواد الكيماوية انعكس سلبا على البيئة والإنسان نتيجة زيادة كميات النفايات الصناعية .

- وعليه تقوم جمعية حماية المستهلك بالتعاون والتنسيق مع جمعيات حماية الطبيعة برفع درجة الوعي لدى الفرد بكيفية الاستغلال الرشيد للبيئة .

³ زويير أرزقي، مرجع سبق ذكره ، ص 216.

¹ زويير أرزقي ، مرجع سبق ذكره ، ص 217.

² زويير أرزقي ، مرجع سبق ذكره ، ص 220.

والمساهمة بفعالية في مواجهة وحل مشكلات البيئة ، كما تسعى إلى الحد من التلوث الصناعي من خلال إلزام المنتج بتطبيق نظام الصيانة وتحديث المعدات والآلات واستخدام التكنولوجيا النظيفة في الصناعة لمنع التلوث داخل المنشآت الصناعية ويجب تكريس هذا كله في إطار قواعد قانونية وقائية وتنظيمية وجزائية رادعة في نفس الوقت³.

المبحث الثالث: الحماية الجنائية للمستهلك¹

لعل الحماية الجنائية للمستهلك تتجلى في صورة القمع الجنائية وهي أخطر وأشد صور الحماية لذلك سنتعرض في هذا المبحث إلى جريمة خداع المتعاقد، ثم إلى جريمة الغش حسب ما جاء في القانون العقوبات في مواد 429-431.

وللتذكير فإن دراستنا لهذه المواد كانت بناء على الإحالة من المادة 28 من قانون 89-02 ملغى نصت على الآتي: "دون

الإخلال بالأحكام التشريعية في هذا المجال تطبق على كل منتج، أو وسيط، أو موزع أو متدخل خالف المادة 03

الفقرة 02 من هذا القانون ، العقوبات المنصوصة عليها في المواد: 429-431 من قانون العقوبات .

- وكذلك بناء على الإحالة من المادة، 68 من القانون 09-03² حيث نصت على الآتي: "يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها

في المادة 429 من قانون العقوبات كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت حول :- كمية

المنتجات المسلمة

- تسليم المنتجات غير تلك المعنية مسبقا.

- قابلية استعمال المنتج

- تاريخ أو مدة صلاحية المنتج.

- النتائج المنتظرة من المنتج

- طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتج

وسنقسم هذا المبحث إلى المطلبين التاليين

المطلب الأول: ونخصه ل: جريمة خداع المتعاقد

المطلب الثاني: ونخصه ل: جريمة غش المتعاقد

³ - زويبر أرزقي ، مرجع سبق ذكره ، ص 223.

¹ أ.د موسى زهية قانون الاستهلاك الجزء الثاني، (كلية الحقوق و العلوم الإدارية جامعة منتوري قسنطينة)، السنة 2006/2005، ص 20، 19

2 المادة 68 من القانون 09-03 الصادر في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

المطلب الأول: جريمة خداع المتعاقد، أركانها و عقوباتها

الفرع الأول: تعريف جريمة الخداع¹: لم يضع المشرع الجزائري تعريفا لجريمة خداع المتعاقد بل اكتفى القانون بالنص على تجريم الفعل ثم بيان العقوبات المقررة للجريمة.

و قد عرف الفقه الخداع بأنه تشويه الحقيقة في شأن واقعة يترتب عليه الوقوع في الغلط، ويعني ذلك أن جوهر الخداع كذب و موضوع الكذب واقعة و يترتب عليه

خلق الاضطراب في عقيدة شخص و تفكيره لجعله يعتقد غير الحقيقة.

- والكذب في اللغة هو الإخبار عن الشيء لخلاف ما هو عليه في الواقع أي بذكر بيانات غير حقيقية. أو غير مطابقة للحقيقة كليا أو جزئيا.

تعريف آخر: أن الخداع هو إلباس أمر من الأمور مظهرا يخالف حقيقة ما هو عليه وهو يتم بنشاط ايجابي ملموس، فلا يكفي فيه مجرد الكتمان و يكفي فيه الكذب المجرد بعكس جريمة النصب التي تتطلب تأييده بمظاهر خارجية .

* اشترط المشرع الجزائري في الخداع أن يكون بوسائل محددة أو معينة فالخداع يتم بأي طريقة يلجأ إليها الجاني وبأي وسيلة كما أشارت إليها المادة 68 من القانون 03-09²

* والخداع حسب ما ورد في المادة القانونية وارد على شيء منقول وهو موجه إلى شخص المتعاقد

* وإكمالاً إلى ما سبق من تعريف قانوني وفقهى بجريمة خداع المتعاقد ستعرض لطبيعة هذه الجريمة من عدة أوجه:

فنقول أن الجريمة خداع المتعاقد المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات تصنف من حيث خطورتها على أنها جنحة، وهذا حسب العقوبات المقررة لها قانونا وهي الحبس والغرامة.

* وبالنظر إلى ركنها المادي هي جريمة ايجابية (كذب) كما يمكن أن يكون سلبية (السكوت) حسب ما إذا كان القانون يأمر أو ينهى عن القيام بفعل ما وسنبين ذلك في مجاله وهي جريمة وقتية فنشاط الجاني فيها لا يستغرق مدة طويلة من الزمن، وهي جريمة بسيطة إذ يكفي أن تتحقق الواقعة المادية إلى جانب العناصر الأخرى لتكون الجريمة قائمة وموجبة للعقاب.

أما بالنسبة إلى ركنها المعنوي فتصنف جريمة الخداع على أنها من الجرائم العمدية التي تتطلب القصد الجنائي المتمثل في العلم بعناصر الجريمة وإرادة ارتكابها في الواقع، و أخيرا هي جريمة عادية ليست بجريمة سياسية ولا بالجريمة العسكرية نص عليها قانون العقوبات وتختص بالنظر فيها المحاكم العادية.³

¹ أ.د موسى زهية قانون الاستهلاك الجزء الثاني، (كلية الحقوق و العلوم الإدارية جامعة متنوري قسنطينة)، السنة 2005/2006، ص 20.

² القانون 09-03 الكورخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

³ أ.د موسى زهية، مرجع سبق ذكره ص 21.

الفرع الثاني: أركانها الركن المفترض لجريمة الخداع:

هو وجود البضاعة او منتج او خدمة محل العقد ولقد اورد المشرع تعريف لكل من البضاعة والمنتج وكذلك الخدمة في مرسوم تنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30/01/1990 والمتعلق برقابة الجودة قمع الغش¹

أ- **البضاعة والمنتج** : لقد عرفت المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 كلا من المنتج والبضاعة فأوردت ما يلي :

المنتج : " كل شئ منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية "

البضاعة : " كل منقول يمكن وزنه أو كيله أو تقديره بالوحدة ويمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية

* بالنسبة للبضاعة يعرفها الفقه بأنها كل منقول قابل للنقل من مكان لآخر قابل للتعامل بكافة صور التعامل : كالبيع والتأجير وسواء كانت ناتجة من الزراعة أو الصناعة وأيا كانت مكوناته المادية كان يكون صلبا او سائلا أو غاز أو صورة تيار الكهربائي.

* وللتذكير فإن منقول البضائع لم يرد في قانون حماية المستهلك الجديد 09-03² وإنما ذكر المنتج فقط

ب- **الخدمات** : تجدر الإشارة الى ان المشرع الجزائري لم ينص في بداية الأمر على الخداع في مجال الخدمات إذ كان نص المادة 429 المتعلق بقمع الغش³ والتدليس يخص فقط السلع إلا أنه تفادى ذلك النقص في مادته الثالثة على أنه " يجب أن تتوفر في المنتج أو الخدمة التي تتعرض للاستهلاك المقياس المعتمدة والمواصفات القانونية والتنظيمية التي تهمه وتميزه " .

* وبالتالي فإن الخداع قد يرد على البضاعة كما قد يكون محله خدمة

* ولقد نص المشرع على تجريم الخداع في المنقولات وعلة ذلك سرعة تداولها بين الأفراد الأمر الذي يزيد في خطورتها وتفاقم ضررها حيث يصبح الضرر أوسع وأشمل

1- الركن المادي لجريمة الخداع:⁴ يقصد بالركن المادي بصفة عامة السلوك الصادر عن الإنسان والذي يتعارض مع

القانون فالفعل هو جوهر الجريمة لذلك قيل " لا جريمة بدون فعل "

أ- **فعل الخداع** : لقد عبر عنه المشرع بقوله " كل من يخدع أو يحاول أن يخدع وقد سبق وان عرفنا الخداع ولكن السؤال المطروح هنا هو لِمَ تعمّد المشرع استعمال لفظ الخداع علما بان المواد المتعلقة بحماية المستهلك هنا وردت تحت عنوان " الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية "

¹ أ-د/ موسى زهية ، قانون الاستهلاك الجزء الثاني، مرجع سبق ذكره، ص 21

² القانون 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

³ ⁴ أ.د موسى زهية، مرجع سبق ذكره ص 22، 23.

-لقد فسر البعض استعمال المشرع للفظ الخداع لأنها لا تتطلب فيما يبدو التقييد بأحكام القانون المدني في هذا الشأن ذلك أن التدليس المدني يتطلب درجة من الجسامة لإبطال العقد وذلك باستخدام حيل تكون من العقد .

- فالخداع في قانون حماية المستهلك لا يتطلب كل هذه الوسائل المطلوبة في القانون المدني كما أنه لا يستلزم الوسائل المطلوبة في جريمة النصب الجنائي.

- إذن جريمة الخداع حسب نص المادة 429 من قانون العقوبات لا تتطلب لوقوعها أي طرق احتيالية لا على المعنى الضيق المطلوب في جريمة النصب ولا على المعنى الواسع المطلوب في التدليس المدني بل كل المطلوب فيها أن تصدر من الجاني ولو أكذوبة واحد على المتعاقد معه أي المستهلك هذا وإن دل على شيء فإنما يدل على الحماية الواسعة التي أراد المشرع تحقيقها للمستهلك¹ .

ب- محل الخداع :

ينصب الخداع على عدة أمور متعلقة بالسلعة أو البضاعة وهي أمور حددها المشرع في نص المادة 429 (ق . ع) على سبيل الحصر فلا يجوز القياس عليها إذ انصبت على " كل من يخدع أو تحاول أن يخدع المتعاقد " إذاً من خلال المادة يستخلص أن العنصر الثاني في الركن المادي لجريمة الخداع ينصرف إلى الموضوع المادي للجريمة وهو البضاعة محل التعاقد بين الجاني والمجني عليه.²

جـ - وسائل الخداع: لم يشترط المشرع في جريمة الخداع أن تتم بوسائل معينة مثلما هو الحال في جريمة النصب مثلاً والتي يجب أن تصل فيها وسائل الاحتيال إلى درجة معينة من الإلتقان.

- فقانون حماية المستهلك أو قانون الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية وضع لحماية المستهلك ، لذلك رأى المشرع أن مجرد الكذب يؤدي إلى قيام جريمة الخداع وبالتالي توقيع العقاب على مرتكبها.
- ولهذا لم يحدد المشرع وسيلة معينة أو وسائل محددة للخداع ، فكل الوسائل التي يلجأ إليها الجاني لتحقيق غرضه هي في نظر المشرع الجنائي سواء هنا أراد أن لا يحصر صور الخداع في نطاق معين وهو يعلم أن من يلجأ للخداع له ألف وسيلة ووسيلة³ .
- وعدم تحديد المشرع لوسيلة الخداع دليل واضح على الحماية الواسعة التي حققها المشرع لجمهور المستهلكين.

2- الركن المعنوي لجريمة الخداع:¹

- من وجهة النظر للفقهاء القانونيين فإنه يقصد بالركن المعنوي ذلك الجانب النفسي الذي يتجه إلى تحقيق غرض محدد ، فالجريمة لا تقوم بمجرد قيام الواقعة المادية التي تخضع لنص التحريم بل لابد من صدور هذه الواقعة عن إرادة فاعلها وأن ترتبط به ارتباطاً معنوياً ، يمكن القول بأن الفعل هو نتيجة إرادة الفاعل .

¹ - أ.د/ موسى زهية ، مرجع سبق ذكره ، ص 23.

² - أ.د/ موسى زهية ، مرجع سبق ذكره ، ص 24.

³ - أ.د/ موسى زهية ، مرجع سبق ذكره ، ص 25.

¹ - أ.د موسى زهية، مرجع سبق ذكره، ص 27

- إذا يشترط توافر نية الخداع لدى البائع وهي تتوافر بمجرد علم الجاني بأن الوسيلة التي يتبعها من شأنها أن تؤدي إلى خداع المستهلك .

الفرع الثالث: العقوبات المقررة لجريمة الخداع:² يقصد بالعقوبة ذلك الجزاء الجنائي الذي يقرره القانون ويوقعه القضاء على المجرم. أو هي رد الفعل الاجتماعي على انتهاء القاعدة القانونية ويصف المشرع من خلال العقوبة إلى ردع المخالفين.

- وللعقوبة أنواع إذ هناك عقوبات أصلية وعقوبات تبعية وأخرى ثالثة تسمى عقوبات تكميلية وما يهمنا هنا، أي فيما يتعلق بالعقوبات المقررة بجريمة الخداع هي العقوبات الأصلية وبالتحديد:
- الحبس والغرامة، ذلك أن المشرع أقر لكل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد عقوبتي الحبس والغرامة أو بإحدى هاتين العقوبتين:

- إذ نصت المادة 429 على ما يلي: "يعاقب بالحبس من شهر إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 2000 دج إلى 20000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد " .
- وعقوبة الحبس هي عقوبة مقررّة في مادة الجنح كعقوبة أصلية وهي أيضا عقوبة سالبة لحرية المحكوم عليه، وحددها المشرع هنا بين الشهرين إلى ثلاث سنوات أي أن المشرع ترك للقاضي سلطة تقديرية لتحديد العقوبة التي يراها مناسبة للفعل الإجرامي.
- أما الغرامة فهي تنصب على ذمة الجاني المالية فتؤدي إلى افتقارها وهي أيضا عقوبة أصلية مقررّة في مادة الجنح إذ بمجرد ثبوت ارتكاب الجاني لجريمة الخداع أو الشروع فيها وذلك بتوافر أركانها التي قررها القانون ، تطبق هذه العقوبات بغض النظر عما يترتب عليها من التزامات بين المتعاقدين ، فذلك مجال القانون المدني .
- أما العقاب المقرر هنا فيهدف له المشرع إلى حماية المصلحة العامة لا حماية المصلحة الخاصة .
- والملاحظ أن المشرع قد شدد العقوبات في حالة ما إذا استعمل الجاني وسائل لتحقيق غرضه اللا شرعي ، إذ نصت المادة 430 من قانون العقوبات على الآتي " ترفع مدة الحبس إلى خمس سنوات"
- سؤال: فهل نبحث عقوبات الحبس والغرامة في تحقيق ما هو منوط بها من مهام وهي قمع وردع مرتكبي هذه الجرائم ؟
- كنا قد ذكرنا أن العقوبات المحددة لجريمة خداع المتعاقد لا تتجاوز الحبس والغرامة أو إحداهما ، وهي عقوبات نظن أنها لا تتفق وطبيعة المصلحة المقصودة بالحماية من جرائم الخداع ولا تكفل الحماية التي يسعى المشرع إلى ضمانها زيادة على أنها غير مؤثرة .
- قد جرت عادة المحاكم وخاصة في فرنسا على عدم الحكم بعقوبة الحبس وحتى وإن طبقت فأحكام الحبس نادرة جدا.

² - أ.د موسى زهية، مرجع سبق ذكره، ص 27، 28.

- ومع ندرتها فهي غالبا ما تقتزن بوقف التنفيذ.
- لذلك يقع في الأغلب الأعم الاكتفاء بعقوبة الغرامة وهي عقوبة غير فعالة لمواجهة خطورة جرائم الخداع وذلك لسببين:

أولهما: أن الغرامة ضئيلة مقارنة بالأرباح الباهظة التي يحققها الجاني، وبالتالي فهي عقوبة غير رادعة.

ثانيهما: أن الغرامة المفروضة على الجاني بحكم القانون يتحملها المستهلك النهائي الأغلب الأعم من الحالات حيث يقوم الجناة بتحميل المستهلكين المبالغ المحكوم بها عليهم عن طريق الزيادة في أسعار السلع والخدمات¹.

المطلب الثاني: جريمة الغش في السلع (أركانها وعقوباتها)²:

- يعد الغش من أقدم الجرائم التي عرفتتها المجتمعات ولذلك سارت التشريعات الوضعية باتجاه واحد وهو تجريم فعل الغش وأقرت له الجزاء الجنائي .

وكذلك فعل المشرع الجزائري حماية لجماعة المستهلكين بل وللمحافظة على حياة الإنسان والحيوان أيضا

- إذ نصت المادة 431 من قانون العقوبات على أنه: يعاقب بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات وغرامة من 10.000 الى 50.000 دج لكل من:

- "بغش مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو طبيعية مخصصة للاستهلاك..."

والملاحظ أن المشرع لم يعرف جريمة الغش إذ اكتفى بالنص على تجريم الفعل (فعل الغش) ورصد العقوبات المقررة له وعدم تعريف المشرع لهذه الجريمة ليس تقصيرا منه بل لأن ذلك يدخل أصلا ضمن وظيفة الفقه وليس عمل المشرع.

الفرع الأول: تعريف جريمة الغش¹: في التعريف الفقهي جاء فيه أنه يقصد بالغش كل تغيير أو تعديل أو تشويه يقع

على الجوهر أو التكوين الطبيعي لمادة أو سلعة معدة للبيع من شأن ذلك النيل من خواصها الأساسية أو إخفاء عيوبها

وذلك قصد الاستفادة من الخاصيات المسلوقة أو الانتفاع بالفوائد المستخلصة والحصول على فارق الثمن إذن فإننا

نستخلص أن الغش لا يكفي فيه مجرد الكذب كما هو الحال في جريمة الخداع ، كما أنه لا يقع بالتأثير على فكر شخص

المتعاقد وإنما يتحقق الغش بطريقة تقع على المادة ذاتها .

1- معايير التفرقة بين الغش والخداع²: وحتى نوضح أكثر ونزيل كل لبس أو تداخل بين جريمتي الغش والخداع

نستعين بهذه المقارنة بينهما من خلال ثلاث معايير :

1- أ-د/ مرسى زهية: قانون الإستهلاك جامعة منتوري قسنطينة إرسال 2 السنة 2006/2005 ص28 .

² أ.د موسى زهية، مرجع سبق ذكره، ص 28، 29.

¹ ، ² أ-د/ موسى زهية ، مرجع سبق ذكره ، ص 29، 30.

أ- **موضوع الجريمة:** إن المعيار الأول هو محل أو موضوع الجريمة فإذا كان الخداع يقع على شخص المتعاقد بالتأثير على نفسه وفكره، ويكفي مجرد الكذب حول طبيعة البضاعة أو صفاتها الجوهرية... فإن الغش يقع على المواد المعدة لتغذية الإنسان والحيوان وكذا المواد الطبية والمنتجات الفلاحية المخصصة للاستهلاك .

ب- **المصلحة المحمية:** أما المعيار الثاني فهو (المصلحة المحمية) فمن خلاله يتضح لنا أن الحماية الجنائية في جريمة الغش تهدف إلى حماية صحة الإنسان والحيوان، من الأغذية المعشوشة والفاسدة أو المسمومة.

في حين أنها في جريمة خداع المتعاقد فإن هدفها حماية الثقة في التعامل وذلك بالمحافظة على سلامة العقود.

ج - **الفعل الإجرامي :** ونأتي في النهاية إلى المعيار الثالث الذي هو (الفعل الإجرامي) والذي من خلاله ندرك أن جريمة الغش لا تتحقق إلا بوجود فعل التزييف وهنا تعد الجريمة تامة ولو لم يكن هناك متعاقد (مشتري، مستهلك) بينما في جريمة الخداع فإنه يجب وجود المتعاقد الآخر ويكفي لقيامها الكذب المجرد بل وحتى السكوت .

الفرع الثاني : محل الغش: تنحصر جريمة الغش في مجموعة من السلع والمنتجات لها قاسم مشترك يتمثل في أنها تستخدم للمحافظة على صحة وحياة الإنسان والحيوان على السواء هذه السلع هي المواد والسلع الاستهلاكية التي تستعمل في تغذية الإنسان والحيوان ، أي أنها هي كل ما يحتاجه الإنسان ليتغذى منه ويعيش به ، وقد عرفت المادة الثانية من المرسوم التنفيذي 90-39 مؤرخ في 1990/01/30 والمتعلق برقابة الجودة وقمع الغش إذ نصت : " الغذاء أو المادة الغذائية أو الزاد كل مادة خاصة معالجة كلياً ، أو جزئياً معدة للتغذية البشرية أو الحيوانية ومنها المشروبات صمغ المضغ وكل مادة تستعمل في صناعة الأغذية وتحضيرها ومعالجتها ما عدا المواد التي تستعمل في شكل أدوية ومواد تجميلية فقط "

• كذلك يعد محل جريمة الغش حسب نص المادة 431 من قانون العقوبات المواد الطبية وهي كل ما يستعمل لعلاج الإنسان والحيوان.

• وإذا كانت المادة السابقة الذكر لم تعرّف المقصود بالمواد الطبية واكتفت بالنص على أن الغش فيها محرّم فإن المادة 170 من قانون 85-05 المؤرخ في 1985/02/16¹ والمتعلق بحماية وترقية الصحة ، عرفت المواد الطبية على أنها "كل مادة أو مكون معروض له خاصيات علاجية أو وقائية لأمراض الإنسان و الحيوان" .

• كذلك يمكن أن يكون محلاً لجريمة الغش جميع المشروبات وجميع السوائل المعروضة في سوق الاستهلاك .

• أما المنتجات الفلاحية والطبيعية فيقصد منها كل ما تجود به الطبيعة من خيرات يستهلكها الإنسان والحيوان.

¹ ، 2 - أ-د/ مرسى زهية: قانون الإستهلاك ، مرجع سبق ذكره ، ص 30

الفرع الثالث: الركن المادي لجريمة الغش:

يتحقق العمل المادي لجريمة الغش في أعمال إيجابية تتمثل في تزيف البضاعة أو غشها ، مما يؤدي إلى إفسادها وجعلها غير صالحة للاستهلاك

*وتجدر الإشارة إلى أنه يحدث تغيير في البضاعة مما يجعلها تتعفن وتفسد من دون التدخل الإيجابي للشخص أي يكون بفعل الطبيعة وهذا النوع من الفساد يخرج من دائرة التأثيم ، أما الغش بمعنى التغيير والتزيف والمجرم بنص القانون فهو ذلك التزيف الحاصل بتدخل إيجابي من الفاعل².

فالركن المادي هو ارتكاب الفعل المادي أو الشروع فيه فهنا الغش يقع على الشيء المبيع نفسه ، فلا يكفي فيه مجرد الكذب على المتعاقد وإنما يتحقق بممارسات تقع على الشيء نفسه أي على منتج الموضوع للاستهلاك وهذه الممارسات أو الأفعال تغير من طبيعة المنتج أو السلعة إضافة إلى التأثير على نفسية المتعاقد وفكره ليظهر التاجر هذا المنتج إلى المستهلك أو المشتري بمظهر كاذب غير حقيقي حتى يلقى قبولا لدى المشتري.

والملاحظ أن المشرع الجزائري قد جرم كل من الخداع والغش على جدي فخص كل واحد منهما بنص قانوني

وفي جميع الحالات فإن على مرتكب الجنحة أو الجريمة إعادة الأرباح التي حصل عليها بدون حق.

وقد تطرق المشرع الجزائري إلى جريمة الغش في الفقرة الأولى من المادة 431¹ من قانون العقوبات على أنه : " يعاقب بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات وبغرامة مالية من عشرة آلاف إلى خمسين ألف دينار جزائري كل من : "كل من يغش مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوان أو مواد طبية أو مشروبات أو منتجات فلاحية أو طبيعية مخصصة للاستهلاك".

فقد حصر المشرع الجزائري الغش في السلع المعدة لتغذية الإنسان أو الحيوان أو مواد طبية أو مشروبات أو منتجات فلاحية أو طبيعية مخصصة للاستهلاك وبذلك لا يجوز أن يكون محله : الخشب مثلا أو الحديد أو القطن أو الصوف أو التحف الفنية...² إلخ وقد تطرقنا في الطلب السابق لجريمة خداع المتعاقد والفرق الموجود بينها وبين جريمة غش المتعاقد .

1- صور الغش :

أ- الغش بالإضافة : وفي هذه الصورة يتم الغش بإضافة مادة للسلعة بطريقة تؤدي إلى فسادها ، هذه المادة قد تكون من طبيعة مغايرة للسلعة أي عملية الخلط تتم بمادة أخرى مختلفة عن السلعة كما و كيفا . ومثاله غش اللبن بإضافة الماء إليه وبيعه على حالته هذه بإيهام المستهلك على أنه لبن خالص.³

ب- الغش بالإنقاز أو بالإنقاص : ويقصد به سلب أو نزع شيء من العناصر الجوهرية أو النافعة في المادة إذ يعتمد الجاني هنا إلى نزع كل أو جزء من العناصر الحقيقية المكونة للمادة مع احتفاظه بنفس التسمية وبيعه بنفس ثمنه أي

¹ ، ² يوسف عشيرة، خديجة وأمال، مرجع سبق ذكره، ص 34، 35.

³ ، ⁴ أ-د/ مرسي زهية، مرجع سبق ذكره، ص 31.

بشمن المنتج الحقيقي والغش بالانتزاع يؤدي إلى إنقاص القيمة الغذائية للمادة المغشوشة ومثاله نزع الزبدة من اللبن وبيعه على أنه كامل الدسم.⁴

ج - الغش بالصناعة : تتحقق الجريمة هنا إذا كان المنتج المغشوش لا يتضمن العناصر التي يتكون منها المنتج الحقيقي بمعنى آخر صناعة منتجات بطريقة مخالفة للقوانين واللوائح الخاصة بها .

وفي هذا المجال نورد مثالا حيا وهو واقع على أحد المواد الأساسية التي يتغذى بها الإنسان و الحيوان وهي الماء فيقدم بعض الجناة على بيع الماء على أنه معدني طبيعي وهو غير ذلك في الحقيقة لأنه غير مطابق لمواصفات

الرزق والتوضيب من حيث السعة وهذا الموضوع تناولته إحدى الصحف الجزائرية منذ سنوات وأيضا مصالح مراقبة الجودة وقمع الغش التي أكدت هذه الحالة رسميا واتخذت الإجراءات اللازمة على مستوى ولاية عنابة¹ .

د - الغش بتغيير مظهر السلعة: وهناك أسلوب آخر من أساليب الغش يمكن اعتباره صورة من صور الغش ويتمثل في تغيير السلعة أو يتم ذلك بإخفاء أو ستر البضاعة الفاسدة أو المغشوشة تحت طبقة مكان المواد الجيدة بطريقة توهم المستهلك بأنها ذات جودة. وهذا ما يكثر العمل به بأسواق الخضار والفواكه تضرب عرض الحائط كل القوانين ليصبح التاجر سيد الموقف ضف إلى ذلك فإن ما تميز هذه الأسواق في بلادنا الروائح الكريهة: روائح تعفن ما يوجد بها من مواد إلى جانب ذلك كثرة الحشرات التي باتت هي المستهلك الأول لتلك الخضار والفواكه وما تتركه فيإمكان المستهلك اقتناؤه يحدث هذا في ظل الغياب الكلي لأدق شروط النظافة .

الفرع الرابع: الركن المعنوي لجريمة الغش² : جريمة الغش هي جريمة عمدية، يلزم لقيامها توافر القصد الجنائي لدى الجاني والمتمثل في العلم بما يعتري السلعة من غش واتجاه ارادته إلى إدخال ما في هذه المواد من فساد وتزييف على الغير وذلك من خلال التعامل في هذه السلع المغشوشة والمسمومة .

إذن فالقصد الجنائي في جريمة الغش هو أن يكون للجاني عالما بالغش راغبا في إدخاله على الغير ويقصد بإدخال الغش على الغير ضرورة توافر نية التعامل في المواد المغشوشة. فمن يخلط سلعة غذائية بأخرى بهدف الاستهلاك الشخصي أو لإهدائه لشخص معين، لا تخضع لأحكام الغش والتدليس وعليه ينتفي القصد وتنتفي معه الجريمة.

ومن هنا ندرك أن جريمة الغش تتطلب إضافة إلى القصد العام الذي يتضمن العلم بعناصر الجريمة وبالتالي ، فعلى محكمة الموضوع أن توضح هذا القصد الخاص فلا يكفي القول بأن الجاني كان عالما بالغش علما واقعيا بل يجب ذكر أنه كانت للجاني نية التعامل بما وقع فيه الغش ..

والملاحظ أن المشرع خص البيع بالنص الصريح، هنا لكثرة التعامل به ولأنه العقود شيوعا.

الفرع الخامس: العقوبات المقررة لجريمة الغش³:

¹ - أ-د/ مرسي زهية، نفس المرجع ، ص 31.

² -3- أ-د/ مرسي زهية، نفس المرجع ، ص 35، 36.

أولا : العقوبة : العقوبة كما عرفها الفقهاء هي جزاء يقرره القانون ويمضيه القاضي على من ثبتت مسؤوليته عن الجريمة وهي إيلام مقصود لأن الهدف منها تقويم إرادة الجاني الآثمة بإيلامه ، لذا كانت العقوبة لجريمة الغش متنوعة ومتدرجة حسب خطورة الفعل وحسب النتائج المترتبة عن عمليات الغش أو بيع السلع المغشوشة أو الفاسدة أو المسمومة .

- فالعقوبة أساسها الخطأ وجوهرها الألم الذي يصيب المحكوم عليه بهدف ردعه وردع غيره.

- وقد قرر المشرع الجنائي طبقا للمادة 431 ق ع من عقوبة الحبس من سنتين إلى خمس سنوات وبغرامة من عشرة آلاف (10000) إلى خمسين ألف (50000) دينار جزائري في حالة ارتكاب غش في الأغذية أو الأدوية أو المنتجات الفلاحية أو الطبيعية.

- وجعل هذه العقوبة أشد حسب نص الفقرة الأولى من المادة 432 من قانون العقوبات الجزائري " إذا ألحقت المادة الغذائية أو الطبية المغشوشة أو الفاسدة بالشخص الذي تناولها أو الذي قدمت له مرضا أو عجزا عن العمل ، يعاقب مرتكب الغش ".

- وكذا الذي عرض أو وضع للبيع أو باع تلك المادة ، وهو يعلم أنها مغشوشة أو فاسدة أو مسمومة بالحبس من سنتين إلى عشر سنوات ، وبغرامة من عشرين ألف (20000) إلى مائتي ألف (200000) دج.

- وتشدد العقوبة أكثر حسب الفقرة الثانية من المادة 432 من ق.ع إذا ترتب عليها وفاة شخص أو أكثر، أو إصابته بعاهة مستديمة أو فقد عضو أو مرض غير قابل للشفاء بنصها على أنه : " يعاقب الجناة بالسجن المؤقت من عشرة إلى عشرين سنة إذا تسببت تلك المادة في مرض غير قابل للشفاء أو فقد استعمال عضو أو في عاهة مستديمة ، ويعاقب الجناة بالإعدام إذا تسببت تلك المادة في موت شخص أو عدة أشخاص " ، ويعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة من ألفين (2000) دج إلى عشرين ألف (20000) دج كل من يحوز دون ميرر شرعي مواد غذائية أو مشروبات أو منتجات فلاحية أو طبيعية مغشوشة أو فاسدة ، أو مسمومة أو يحوز موازين أو مكاييل خاطئة أو آلات أخرى غير مطابقة تستعمل في وزن أو كيل السلع، هذا ما جاءت به المادة 433 من ق.ع الجزائري¹.

-ثانيا: التدبير الاحترازي² : أما التدبير الاحترازي فأساسه الخطورة الإجرامية ومضمونه وقاية المجتمع من خطورة الجاني دون قصد توجيه اللوم إليه.

- كانت السياسة الجنائية تعتمد على العقوبة، باعتبارها الوسيلة الوحيدة لمكافحة الجريمة، ومع تطور التشريعات القانونية نشأت نظم الوقاية المتمثلة في التدابير، فأصبحت هذه الأخيرة تمثل الوسيلة الثانية بعد العقوبة.

- وللتذكير نقول بأنه يصعب إيجاد معيار للفرقة بين العقوبة والتدابير ، فقد يأتي التدبير إلى جانب العقوبة، وقد يكون التدبير بدلا للعقوبة، وفي الحالة الثانية قد يكون الهدف من التدبير الوقاية في حالة عدم وجود جريمة،

¹ - يوسف عشيرة خديجة ، آمال : ضمان خدمة ما بعد البيع وقمع الغش في منظور قانون المستهلك الجزائري ، مذكرة لنيل شهادة الدراسة الجامعية التطبيقية ، جامعة حسيبة بن بوعلي ، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير ، سنة 2011، ص 38، 39

² - يوسف عشيرة ، نفس المرجع، ص 40

-فقد نصت المادة 04 من قانون العقوبات على أنه: "يكون جزاء لجرائم بتطبيق العقوبات وتكون الوقاية منها باتخاذ تدابير الأمن" وهي تعد في التشريع الجزائي من التدابير الوقائية لمنع ارتكاب الجرائم بالنسبة لبعض الأفراد مستقبلا وهي إما أن تكون شخصية أو عينية ، وما يهمنا في موضوعنا هي تدابير الأمن العينية وتمثل في:

أ- مصادرة الأموال

ب- إغلاق المؤسسة أو المحل

أ- **مصادرة الأموال والمنتوج¹**: يعرف الفقه المصادرة بأنها إضافة مال الجاني إلى ملك الدولة قهرا عنه وبدون مقابل ، وفي تعريف آخر بأنها نقل ملكية مال أو أكثر يمتلكه المحكوم عليه إلى الدولة فهي عقوبة نافذة للملكية وبالرجوع إلى نص المادة 25 من قانون العقوبات نجد بأنه : " يجوز أن تؤمر بمصادرة الأشياء المضبوطة كتدبير من تدابير الأمن إذا كانت صناعتها أو استعمالها أو حملها أو حيازتها أو بيعها يعتبر جريمة " وبالتالي في حالة ارتكاب الغش في المواد الغذائية أو الطبية أو بيع أو عرض أو حيازة مواد مغشوشة أو فاسدة أو مسمومة كما هو منصوص عليه في المواد : 433 ، 430 ، 429 يجوز إصدار حكم يقضي بمصادرة هذه الأشياء الحرمة كتدبير أمني .

وبالرجوع إلى المادة 26 من القانون 02/89 الملغى نجدها تنص على أنه : " إذا لم تتم المطابقة أو لم يتم تغيير الاتجاه بعد أجل محدد في الوثيقة التي أعلنت السحب حسب أحكام المادتين 19/20 من هذا القانون فإنه يجوز الحكم بمصادرة المنتوج طبقا لأحكام المادة 20 من قانون العقوبات دون الإخلال بأحكام المواد 27 ، 28 ، 29 من هذا القانون يجوز الأمر بإتلاف المنتوج على نفقة المتدخل المخالف وتحت مسؤوليته" وعليه فعندما ومتى لم تنفع التدابير الوقائية والإدارية في جعل البضاعة مطابقة أو قصد تغيير اتجاهها يمكن مصادرة المنتوج بموجب حكم قضائي مع جواز الأمر لإتلافه على نفقة المتدخل المخالف وتحت مسؤوليته.

ب- **إغلاق المؤسسة أو المحل²**: غلق المؤسسة أو المحل هو تدبير احترازي محله حظر مزاولة العمل المخصص له هذا المحل أو المؤسسة ويكون الإغلاق إما مؤبدا أو مؤقتا في الأحوال التي نص عليها القانون ويفهم من هذا التدبير أن المحل أو المؤسسة قد هيئت الظروف الملائمة للفاعل لاقتراف جريمته وأن استمرار العمل به يحتمل أن يؤدي إلى جرائم تالية فيكون في غلقه ما يقطع الظروف المسهلة التي تساعد الجاني على اقتراف جريمته بإغلاق المحل أو المؤسسة هو تدبير نصت عليه بعض القوانين كعقوبة لأنه بديل عنها.

ونص عليه قانون العقوبات في المادة 26 كتدبير احترازي وحسب نص هذه المادة فإنه "يجوز أن يؤمر بإغلاق المؤسسة نهائيا أو مؤقتا في الحالات والشروط المنصوص عليها في القانون"¹ وعليه وفضلا عن إمكانية مصادرة المنتوج غير المطابق للمواصفات القانونية والمقاييس المعتمدة من قبل السلطات الإدارية المختصة فإنه يجوز للقاضي أن يصدر حكما يقضي بغلق المؤسسة نهائيا إذا ثبت أن هذه المؤسسة قد سهلت الظروف للفاعل في ارتكاب جريمته وتسحب الرخص والسندات والوثائق الأخرى تبعا لذلك وعند الضرورة يسحب السجل التجاري بحكم قضائي

1- يوسف عشيرة خديجة ، مرجع سابق ، ص 40 ، 41.

2- يوسف عشيرة خديجة ، نفس المرجع السابق ، ص 41-42.

¹ يوسف عشيرة، خديجة، مرجع سبق ذكره، ص 41 ، 42.

بناءً على طلب معلل من السلطة الإدارية المختصة. وعليه فالمسؤولية الجزائية للمنتج أو الوسيط أو الموزع أو المتدخل تقوم كلما كان المنتج لا يستجيب إلى الرغبات المشروعة للمستهلكين ومهما كان المتسبب وراء ذلك. نأتي إلى التعليق على هذه العقوبات ومناقشة ما إذا ما كانت رادعة أم لا:

حاول المشرع الإحاطة بالجريمة من كل جانب ، ونرى بأن ما جاء به كفيل إلى حد ما بتحقيق الحماية الجنائية للمستهلك ، لكن في تصورنا أن عقوبتي النشر والتشهير أي نشر الحكم بإدانة مرتكب الغش والتشهير بمن يغش تاجراً كان أو منتجاً أو كل متدخل في مسار الاستهلاك ، هذه العقوبات التي لم ينص عليها المشرع وخصوصاً في قانون حماية المستهلك حسب رأينا تحقق النتائج المرجوة لأنها الوسيلة المثلى للردع والقمع لمن تسول له نفسه المساس بأمن وصحة المستهلك ، فالنشر والتشهير يمس بشرف التاجر وبسمعته وهي محراب المقدس .

بعد دراستنا للفصل الثاني وهو الشق الأخير من الجانب النظري في هذا الموضوع من خلال المباحث الثلاث ، الأول: الالتزامات المفروضة على المحترف ، والثاني : الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك والثالث الحماية الجنائية للمستهلك ، لذا نستخلص النقاط الآتية:

إذا كان المحترف التزامه بإعلام المستهلك هو تحقيق نتيجة فإنه يسعى جاهداً لتحقيق هذه النتيجة والتي هي عدم الإضرار بالمستهلك ، ولكن الواقع يثبت عكس ذلك، إهمال العديد من المحترفين لهذا الالتزام ، والأكثر من ذلك هو علمهم بوجود القاعدة القانونية التي تعاقب عن الإخلال بذلك.

لقد تعودت المحاكم أثناء رد حق المستهلك عندما قام المحترف بخداعه في الأغلب الأعم الاكتفاء بالنطق بعقوبة الغرامة وهي عقوبة غير فعالة لمواجهة خطورة جرائم الخداع وذلك لسببين : أولهما أن الغرامة ضئيلة مقارنة بالأرباح الباهضة التي يحققها الجاني وبالتالي فهي عقوبة غير رادعة . ثانيهما أن الغرامة المفروضة على الجاني بحكم القانون يتحملها المستهلك النهائي الأغلب الأعم من الحالات ، حيث يقوم الجناة بتحميل المستهلكين المبالغ المحكوم بها عليهم عن طريق الزيادة في أسعار السلع والخدمات.

لقد تعددت أساليب الغش التجاري وصوره في بلادنا وراحوا بعض الجناة من التجار والبائعين يتفننون ومتعمدين في تنويع وتشجيع تلك الأساليب والصور للغش جرهم الجشع والربح السريع على حساب المصالح المعنوية والمادية والصحية للمستهلك تاركين وراءهم دينهم وقيمهم وضميرهم والالتزامات التشريعية والتنظيمية الواقعة على عاتقهم على مدار السنة خاصة في بعض الأوقات والمناسبات كالشهر العظيم والأعياد ، هذا ما يكثر العمل به والتفنن فيه بدون رحمة ولا شفقة في أسواقنا خاصة سوق الخضار والفواكه تضرب عرض الحائط كل القوانين يصبح التاجر هو سيد الموقف، ضف إلى ذلك فإن ما يميز تلك الأسواق الروائح الكريهة ، روائح تعفن وفساد ما يوجد بها من مواد إلى جانب ذلك كثرة الحشرات التي باتت هي المستهلك الأول لتلك الخضار والفواكه وما تتركه فيإمكان المستهلك اقتناؤه ، يحدث هذا في ظل الغياب الكلي لأدنى شروط النظافة والأمن.

الفصل الثالث

دراسة تطبيقية

على مستوى المخبر الولائي للوقاية بالشلف

المبحث الأول : المخبر الولائي للوقاية

المطلب الأول : نبذة عن المخبر الولائي للوقاية

الفرع الأول: لمحة تاريخية عن المخبر

يعود إنشاء المخبر الولائي للوقاية الكائن مقره بحي شريفي قدور بالشلف بعد الاستقلال وهو يعمل ويقدم مهامه إلى غاية شهر ماي 1995 تم افتتاحه رسميا للقيام بمهامه الحالية وهي اجراء التحاليل المختلفة للأشخاص العاديين والمتضررين المرضى وكذا العينات الغذائية والماء وهو مصلحة تابعة لمديرية الصحة والسكان بولاية الشلف .

الفرع الثاني : تنظيم المخبر الولائي للوقاية :

جاء تنظيم المخبر الولائي للوقاية بصور المرسوم التنفيذي رقم 09-244 المؤرخ في 21 رجب عام 1420 الموافق ل 31 أكتوبر سنة 1999 حدد قواعد انشاء مخبر البحث وكيفية تنظيمه وسيره

* ولقد أنشأت شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية (RAAQ)² بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96-355 المؤرخ في 19/10/1996 والمعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 97-459 المتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب والتحاليل النوعية

* حسب المادة 36 من ق 09-03³ المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش . طبقا للتشريع والتنظيم الساري المفعول يمكن أن تعتمد مخابر أخرى لإجراء التحاليل والاختبارات والتجارب المنصوص عليها في المادة 35 من هذا القانون

المصالح التابعة له :

- مكتب الاستقبال
- مكتب رئيس المصلحة
- مخبر الجرثوميات العامة
- مخبر السل BK
- المخبر (حمى المستنقعات)
- مخبر الجرثوميات (ماء الأغذية)
- مخبر الأمراض الداخلية (السرطان)
- إضافة إلى المخابر المذكورة طبقا للتشريع والتنظيم الساري المفعول يمكن أن تعتمد مخابر أخرى لإجراء التحاليل والاختبارات والتجارب المنصوص عليها في المادة 35 من هذا القانون المذكور أعلاه.

الفرع الثالث : مهام المخبر الولائي للوقاية :

تتمثل مهام المخبر فيما يلي :

1. الحرص على تسيير مجموع المخابر القائمة على عمليات التحاليل المختلفة والكشف على الجرثوميات المختلفة المتسببة في التسممات الغذائية والماء والحالات الوقائية الأخرى الصحية.
2. من مهامه الرئيسية القيام بتحليل العينات الغذائية أو التي لها علاقة بالاستهلاك
3. القيام بالتحاليل الخاصة بالمياه.

- ج ر عدد 77 سنة 1999 ص 5

-2 زوبير أرزقي مرجع سبق ذكره ص 164.

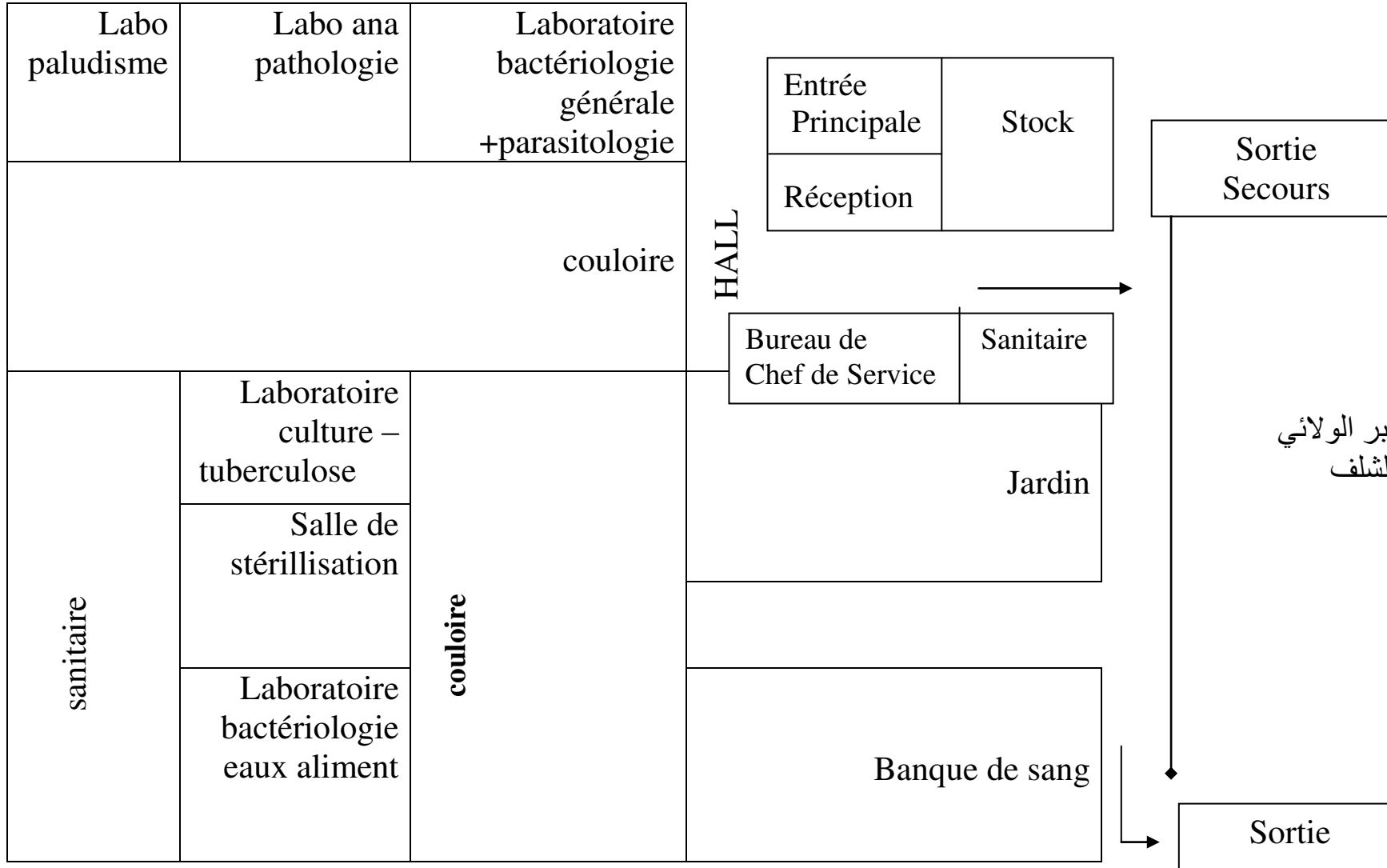
³ - المادة 36 من قانون 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

4. القيام بحقن وتحليل الدم
5. العمل على البحث والكشف عن الجرثومات العامة (الطفيليات)
6. القيام بعملية كشف فيروس BK باسيل دو كوك Bacille de Coke (داء السيل)
7. القيام بعملية تشخيص وكشف السرطان
8. التنسيق مع جميع المصالح والهيئات التي يرتبط بها عمله
9. الإجراءات الوقائية الصحية للمستهلك وللمواطن .

المطلب الثاني : الهيكل التنظيمي للمخبر الولائي للوقاية :

- إن الهيكل التنظيمي للمخبر الولائي للوقاية الذي نحن بصدد دراسته من النوع مركزية القيادة أو التسيير حيث يقوم على مبدآن :
- وحدة القياس : وهذا معناه أن كل شخص يتعلق بمسؤول أو مسير واحد ، يعني أن الشخص أو الموظف أو الذي يقوم بعملية الكشف لا يتلقى أوامر إلا من مسؤول واحد
- مركزية التسيير : أي أن السلطة العليا تكون في المركز والأوامر تنطلق من المركز والقرار الأخير يرجع للمركز أي الرئيس المتعلق بالرئيس وكل رؤساء المخابر تقوم بعملها وفقا لأوامر وتوضيحات ومساعدة رئيس مصلحة المخبر الولائي للوقاية وهو المسؤول الأول والأخير في المخبر الولائي للوقاية ويتضح هذا في الشكل الموالي ...

الهيكل التنظيمي للمخبر الولائي للوقاية بالشلف



الفرع الأول: مكتب الاستقبال: هو مكتب يستقبل العينات الغذائية والمائية مع وثائق المعلومات الخاصة بها وأيضا استقبال الأشخاص المرضى والمتضررين سواء التسممات الغذائية كمستهلكين أو كمرضى مصابين عاديين

الفرع الثاني مكتب رئيس المصلحة: وهو المكتب الخاص برئيس مصلحة المخبر الولائي للوقاية وهو المشرف العام والرئيسي على المخبر ، ويشرف على جميع عمليات البحث والكشف والتشخيص للجراثيميات العامة والمختلفة للمستهلكين كالتسمم وكذا الإشراف على كل التشخيصات والتحليل الخاصة بالمرضى الآخرين (المصابين) بالفيروسات الأخرى .

الفرع الثالث : مخبر الجرثوميات العامة (الطفيليات) : وهو مخبر يقوم بعملية الكشف عن الجراثيم المتسببة في التسممات العامة المختلفة منها الغذائية التي لها علاقة بالإستهلاك.

الفرع الرابع BK السل : هو مخبر يشرف على تشخيص المريض والكشف عن داء (جرثوم سميكروب) المسمى "باسيل دو كوك" *Bacille de Coke* هذا الجرثوم مصدره الفحم الحجري عندما يحترق ، وينتقل مع الغاز والدخان المنبثق أثناء الإحتراق ، من أعراضه ضيق في التنفس ، والصداع في الرأس والغثيان والضعف والفشل .

الفرع الخامس : مخبر حمى المستنقعات : هو مخبر يقوم بالكشف عن الجراثيم التي يكون مصدرها المستنقعات (المياه القذرة ، المياه الراكدة والقذورات)

الفرع السادس : مخبر الجرثوميات (ماء ، الأغذية) : يقوم هذا المخبر بتحليل العينات الغذائية المستهلكة التي تسببت في التسمم والضرر بالمستهلك ثم البحث والكشف عن الجرثوم الرئيسي المتسبب في التسمم الغذائي، كذلك لأن المياه تخضع كذلك للتحاليل مهما كانت مكوناتها ، وأكثر الجراثيم المتسببة في التسممات الغذائية والمائية بنسبة ما يقارب 95% هو ستافي لوكوك وحده

الفرع السابع: مخبر الأمراض الداخلية (السرطان):

تقوم مصلحة هذا المخبر باستقبال المريض المصاب مع المعلومات واللوائح الخاصة بالتحاليل للدم وهي مهام وقائية علاجية خاصة بالصحة منها الكشف عن السرطان من طرف طبيب مختص من خلال تحليل دم المريض ثم الاطلاع على النتائج من طرف الطبيب لتتم متابعته.

المبحث الثاني : الإجراءات المتخذة أثناء كشف حالة التسمم الغذائي بسبب الغش. (دراسة تطبيقية)

المطلب الأول: النصوص المتخذة في جريمة الغش

الفرع الأول: تحديد طبيعة الغش:

1. المسؤول :

- العنوان الاجتماعي : بيع الحلويات
- البائع : السيد:
- تاريخ الازدياد : بالشطية ولاية الشلف
- من :
- و:
- السجل التجاري رقم سلم من طرف السجل المحلي ولاية الشلف
- عنوان المقر الاجتماعي الشطية ولاية الشلف

2. المنتج : الحلويات Pâtisserie.

عدم إلزامية النظافة والنظافة الصحية للمواد الغذائية وسلامتها.

3. طبيعة المخالفة : و التي تتمثل في بيع : - منتج مسموم وغير صالح للاستهلاك.

- الغش في المنتج.

الفرع الثاني: النصوص المتخذة في جريمة الغش حسب الحالة:

النصوص المعنية:

- المادة 62 الفقرتين 01 و 02 من ق 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش التي تنص على : " ينفذ السحب النهائي من طرف الأعوان المذكورين في المادة 25 من هذا القانون دون رخصة مسبقة من السلطة القضائية المختصة في الحالات الآتية :
 - المنتجات التي ثبت أنها مزورة أو مغشوشة أو سامة أو التي انتهت صلاحيتها.
 - المنتجات التي ثبت عدم صلاحيتها للاستهلاك
- المادة 04 من ق 03-09 السالف الذكر: التي تنص "يجب على كل متدخل في عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك، إقرار إلزامية سلامة هذه المواد والسهر على ألا تضر بصحة المستهلك"
- المادة 05 من نفس القانون "يمنع وضع مواد غذائية للاستهلاك تحتوي على ملون بكمية غير مقبولة بالنظر إلى الصحة البشرية والحيوانية وخاصة فيما يتعلق بالجانب السام له .

المطلب الثاني : الجزاءات المقررة لهذه الحالة :

- المادة 70 الفقرتين 01 و 02 من القانون 03-09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش و التي تنص على مايلي :

"يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 431 من قانون العقوبات كل من : يزور أي منتج موجه للاستهلاك أو للاستعمال البشري أو الحيواني ."
- المادة 71 من ق 03-09 تنص على " يعاقب بغرامة من مائتي ألف دينار (200000 دج) إلى خمسمائة ألف دينار (500000 دج) كل من يخالف إلزامية سلامة المواد الغذائية المنصوص عليها في المواد 4 ، 5 من هذا القانون.
- المادة 03 فقرة 01 من ق 03-09 وتنص على : "يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في الفقرة الأولى من المادة 432 من قانون العقوبات كل من يغش أو يعرض البيع أو يبيع كل منتج مزور أو فاسد أو سام أو لا يستجيب لإلزامية الأمن المنصوص عليها في المادة 10 من هذا القانون إذ ألحق هذا المنتج بالمستهلك مرضا أو عجزا عن العمل"
- المادة 82 من ق 03-09 وتنص "إضافة إلى العقوبات المنصوص عليها في المواد : 68-69-70-71-73-78 من هذا القانون ، تصدر المنتوجات والأدوات وكل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون"
- المادة 69 الفقرة 03 إذ تنص "ترفع العقوبات المنصوص عليها في المادة 68 من هذا القانون إلى خمس (05) سنوات حبسا وغرامة قدرها خمسمائة ألف دينار (500000 دج) إذا كان الخداع أو محاولة الخداع قد ارتكبت سواء بواسطة : -إشارات أو إدعاءات تدليسية".

لقد حاولنا من خلال هذا الفصل بإسقاط جانب من الجزء النظري للدراسة على الواقع العملي معتمداً في ذلك على ما تحصلنا عليه من معلومات أثناء التربص ، حيث بدأنا بتقديم المخبر الولائي للوقاية يشمل لحة تاريخية عن المخبر ، ثم التطرق إلى تنظيم المخبر الولائي للوقاية وبعدها إلى مهام هذا المخبر ثم بعد ذلك إلى الهيكل التنظيمي له.

شرح صلاحيات كل مصلحة (مخبر) على حدى

– ما لاحظناه خلال تواجدها في ميدان التربص لا يزال من الأعوان الاقتصاديين لا ينفذوا الالتزامات الواقعة على عاتقهم أي المفروضة عليهم من خلال النصوص التشريعية والتنظيمية، إلا أن أعوان المخبر لا يتفانون في أداء المهام المنوطة لهم خاصة في مثل هذه الحالات الخاصة بالتسمم الغذائي وذلك بممارسة جميع المصالح المعنية التي لها شأن في هذه الحالة والمخولة قانوناً وإثارة المسؤولية الجنائية والمدنية وذلك بالتقارير اللازمة والنتائج والملاحظات المصحوبة من أجل أن يأخذ القانون مجراه في هذه الحالة.

الختامة

الختام :

إن موضوع حماية المستهلك كما سبق التطرق إليه من المواضيع الحيوية التي تناولتها مختلف التشريعات ومن بينها الجزائر، وبالرغم من أنه يعتبر قديما نوعا ما لأن صدور أول قانون جزائري يحمي المستهلك كان في سنة 1989 وهو في تغييرات وتحددات وترتيبات إلى غاية صدور القانون الجديد سنة 2009 . لكن قبل صدور أول قانون يهدف إلى حماية المستهلك أي قبل سنة 1989 قد أهمل المشرع الجزائري هذا الموضوع لسنوات عديدة منذ الاستقلال ، نظرا لنظام الاقتصاد القائم آنذاك وهو النظام الاشتراكي أي نظام الاقتصاد الموجه الذي كانت فيه الدولة هي المنتج والموزع والمراقب في نفس الوقت إذ أن مصطلح المستهلك يرد أصلا في التشريع الجزائري أي في القانون المدني ، وقانون العقوبات آنذاك فكانت له تسمية أخرى كالمشتري والمنتج كان يسمى بالمبيع وغيره ... لأن المشرع الجزائري في هذه الظروف كان منهمكا ببناء الدولة الجزائرية ومؤسساتها والحفاظ على السيادة الوطنية إلخ

- فيمكن القول بأن هذا الموضوع سريع التطور والتفاعل مع مستجدات الحياة الاقتصادية في الجزائر ، فلما رأت الجزائر أنها مقبلة على تحول اقتصادي في سياستها قائم على حرية السوق (اقتصاد السوق) أي إعطاء الحرية للمتعاملين الاقتصاديين والتجار ليتنافسوا في السوق لخدمة مصالح المستهلك بطريقة قانونية منظمة مضبوطة ونزيهة ، هي بالأحرى مبدأ المنافسة الحرة وسن لها المشرع الجزائري قوانين تمهيدية لها في سنة 1996 جاء التأكيد الدستوري وهو تعديل ضمني لقانون 89-02 الأول مع مراعاة مصالح المستهلك وبقي قانون تنظيم المنافسة ساري المفعول إلى غاية أواخر 2003 مرورا بـ :2008 ففي هذه المرحلة لم تضاف حماية فعالة ومرجوة للمستهلك مع الإشارة بأن المستهلك الجزائري لم يكن متعود على خبايا هذا النظام الاقتصادي الجديد ولا حتى على السوق الجزائرية التي تستقبل منتجات هذا النظام.

- فيمكن أن نشير إلى أن العلاقة التي تربط المستهلك بالمنافسة وطيدة إلى حد ما، وكل منهما يؤثر في الآخر ويتأثر به ، سواء كان ذلك التأثير إيجابيا نظرا لما توفره المنافسة من منتجات مختلفة في السوق كما ونوعا تساعد المستهلك كثيرا في الاختيار بين مختلف المنتجات بالإضافة إلى التخفيض في الأسعار نظرا لوفرة العرض أمام الطلب الزائد للمستهلك، أو يكون التأثير سلبيا نظرا لكثرة تدفق هذه السلع والخدمات على السوق الجزائرية وتعددت أساليب وصور تسويقها إلى المستهلك مما أدى إلى اختراق القوانين والإخلال بنصوصها التشريعية والتنظيمية كقانون المنافسة وقانون حماية المستهلك وقمع الغش من طرف المتعاملين الاقتصاديين والمنتجين للأسف ضارين عرض الحائط تلك الالتزامات التي فرضها عليهم القانون وملقاة على عاتقهم وما يترتب عن الإخلال بأحكامها . وما خلفته هذه الخروقات خاصة في الآونة الأخيرة من تنامي ظاهرة الغش التجاري وخداع المستهلك والمضاربة غير المشروعة واحتكار السلع وعدم الوفاء أحيانا وكثرة الاشهار المضلل إلخ فأصبح التاجر هو سيد الموقف أيضا من التأثير السليبي الضرر بالبيئة التي يعيش فيها المستهلك بسبب النفايات الصناعية والمخلفات الكيميائية أيضا الضرر بالمستهلك في قطاع الخدمات الإلكترونية والتكنولوجية كالإنترنت إلخ.

1. أما بالنسبة للأنشطة الاقتصادية فلا يزال إلى غاية الآن البحث عن السبل القويمة لإضفاء الحماية القانونية الفعالة والمرجوة للمستهلك في مواجهة الممارسات الغير شرعية والمنافية للمنافسة التي أصبحت تهدد

أمن وصحة المستهلك وتعدده إلى الجانب المالي أكثر من وقت مضى والسبب في ذلك لا يعود إلى غياب النصوص القانونية التي تبين التزامات المحترف أو غياب الأجهزة المكلفة بمتابعة ورقابة النشاط الاقتصادي والتجاري، وإنما الخلل يكمن في طريقة عمل هذه الأجهزة وكيفية تعاملها مع القضايا التي تمس المستهلك ، إذ لو رجعنا إلى الهيئات الإدارية والقضائية والجمركية وحتى الأمنية والعسكرية المختصة المكلفة بالدفاع عن حماية المستهلك في الجزائر نجد أنها تتحارب مع الأحداث التي تصيب المستهلك بكل ببساطة بعيدا عن كل احترافية وشفافية ونزاهة خاصة عندما يتعلق الأمر بالرقابة المفروضة على عملية الإنتاج وكذا الرقابة المفروضة على السلع المستوردة لدى دخولها التراب الوطني ، وكذا تجاوزات التجار وجرائمهم التي أدت إلى ضرر المستهلك إلى درجة الإعاقة والتشوه حتى الموت ...

2. إذا أردنا تقييم دور وعمل هذه الهيئات فلا بد من الرجوع إلى السوق باعتباره المرآة الحقيقية للإقتصاد الوطني والتجارة والمستهلك الجزائري والمكانة التي وصلوا إليها ، قصد إعادة النظر في كيفية تسيير أداء أعوان مراقبة الجودة وقمع الغش ومصالح تنظيم المنافسة وضبطها والعمل على إعطائهم الوسائل المادية والفنية وحتى البشرية التي تتمتع بالكفاءة اللازمة في البحث والمراقبة والتفتيش ومعاينة المخالفات الاقتصادية والتجارية . أما بالنسبة للجهات القضائية فعليها أن تساهم في حماية المستهلك من خلال تفعيل دور محاربة وردع أصحاب الممارسات التجارية غير المشروعة والمنافسة للمنافسة والقيام بالتحقيقات والخبرة المعمقة لاكتشاف الجرائم الاقتصادية والسرعة في تنفيذ الحكم وإنصاف المستهلك المتضرر كما ينبغي لكل شفافية وروح المسؤولية ... خاصة فيما يتعلق بالقضايا الجنائية ففي نظرنا يعتبر ردعا لو يلجأ القضاة إلى النطق بأحكام عقوبتي النشر والتشهير في حق كل من تسول له نفسه المساس بالمستهلك.

3. وهذا بعدما لو تشرع المحاكم في فتح أقسام تتولى البحث والفصل السريعين (ويمكن الاعتماد في هذا الصدد على جمعيات حماية المستهلك) في النزاعات التي يكون المستهلك أحد أطرافه بالتنسيق مع كل من يخوله القانون خاصة مع جمعيات حماية المستهلك المنشئة لهذا الغرض مع إعطائها الإمكانات اللازمة وحمايتها قانونا من كافة الضغوطات التي تعترض إنشاءها وعند القيام بمهامها في مواجهة الأعوان الاقتصادية كما هو شائع اليوم...

أما بالنسبة للمصالح الجمركية فيجب خفض الرسوم على السلع والبضائع المستوردة مما لا يترتب عنه زيادة في الأسعار ويتحملها المستهلك النهائي ، ويجب تكثيف الرقابة مع الحدود لسد منافذ التهريب ووضع حد لدخول المخدرات إلى الوطن

★ أيضا يجب من الحكومة تحسين القدرة الشرائية للمواطن المستهلك وتشجيع القروض الاستهلاكية حتى يعيش بكرامة، على ضوء ما سبق يمكن استنتاج عدة نقاط مهمة أهمها :

-الأجهزة الرقابية المختلفة مهما كانت فهي غير متمكنة من حماية المستهلك في المرحلة الراهنة ، لذا لا بد من اعتماد آليات جديدة سواء في إعادة النظر في المنظومة القانونية المتبناة في هذا الشأن وتوظيفها كقانون حماية المستهلك وقمع الغش أو قانون المنافسة الحرة أو القوانين المتعلقة بالممارسات التجارية وشروط ممارسة التجارة وكذا قانون العقوبات وكذا إعادة النظر في الهيئات الرقابية ومواردها البشرية وكذا أساليب عملها وآدائها كالرقابة للجودة وقمع الغش حتى يتسنى إضفاء حماية شاملة وفعالة للمستهلك الجزائري، ووضع حد لكافة

الممارسات المنافسة للتجارة والمنافسة خاصة مع تطور تنامي صفات الغش التجارية وتقليد العلامات أو تلك المتعلقة بقطاع الخدمات والمضاربة غير المشروعة .

أيضا لابد على القضاة أن يفصلوا في القضايا التي تصلهم والمدعي فيها المستهلك خاصة الجنائية منها بالحكم الأكثر ردة على الإطلاق للمتسبب في ضرر المستهلك خاصة بتطبيق عقوبيتي : **النشر والتشهير** حتى يبقى الجاني عبرة لمن يعتبر وضرب عصفورين بحجر واحد وذلك بمثابة محراب المقدس.

- أيضا يجب أن لا نخفي نقطة مهمة وهي قضية وعي المستهلك فإن هذا الأخير يجب أن يكون واعيا جدا بماذا يشتري ولماذا يشتري ومتى يشتري وكيف يشتري وأين يشتري إلى غير ذلك من مجموعات السلوكات الحضارية المناسبة مع قيمه الأخلاقية والاجتماعية والثقافية والعلمية والنفسية حتى يكون مستهلكا فاعلا لأنه فرد من هذا المجتمع وهذا الأخير في حاجة إليه ، كما يجب على المستهلك التكامل مع غيره والتعاطي بصفة إيجابية مع الجمعيات والمنظمات التي تمثله وتدافع عن مصالحه ومع جمعيات حماية البيئة حتى يشكل جمهور المستهلكين قوة فاعلة وضاغطة لا تضاهيها لا قوة الأعوان الاقتصاديين ولا قوة أي مانع مهما كانت صفته قد يؤثر سلبا على ما يصبو إلى حماية المستهلك الجزائري .

- يبقى إلى أن مسؤولية حماية المستهلك تقع بالدرجة الأولى على المستهلك قبل أن تكون الهيئات الإدارية والقضائية والجمركية مسؤولة عن حمايته ، فلا بد على المستهلك أينما كان أن يكون واثقا من نفسه واعيا لحقوقه الكاملة دون أن ينقاد لإشباع رغباته بواسطة منتوجات أقل قيمة وأقل أمنا وربما بثمن مرتفع لا يناسب قيمتها ، فتضرره ولا تنفعه وأحيانا هو ليس في حاجة إليها ، تلك هو سلوك المستهلك الذي يجب أن نأخذ به بعين الاعتبار الذي يلعب دورا هاما ومحوريا في حماية المستهلك والذي يجب على المستهلك الجزائري مراجعته قصد الاستفادة من تحديد حاجاته ورغباته ومعالم حقوقه المشروعة .

- ومما لاشك فيه أن وجود ثقافة استهلاكية سليمة عند المستهلك سيؤدي بالأعوان الاقتصادية أو التجار إلى إعادة النظر في علاقتها معه وفقا لما يطلبه بعيدا عن كل ضغط واستغلال، لكن لا يعني غياب هذه الثقافة الاستهلاكية عن المستهلك كمبرر للإضرار به فكل تقصير إزاءه يجعل الطرف الذي صدر منه الفعل المضر مسؤولا عن كل ما يصيبه.

- تبقى النوعية لا بد منها سواء من طرف الدولة بصفتها مراقب السوق أو من الأعوان الاقتصادية بصفتها صاحبة المصلحة من تسويق منتجاتها أو من طرف المستهلك الذي يتكامل في شكل جمعيات كما أشرنا سالفا للدفاع عن مصالحه وظروف معيشته ، ويمكن أن نتوصل إلى نتائج جد هامة ومرضية في هذا الصدد متى تضافرت الجهود وتعاونت الأطراف الثلاثة من هذه العلاقة ، ولنا في هذه العلاقة الاقتداء بالدول المتقدمة والنظر إلى ما وصلت إليه في إطار حماية صحة وسلامة المستهلك.

المراجع:

الكتب باللغة العربية:

الكتب:

- الأستاذة الدكتورة : موسى زهية : دروس في مقياس قانون الاستهلاك الإرسال الأول كلية الحقوق والعلوم الإدارية جامعة منتوري قسنطينة . السنة 2006/2005
- الأستاذة الدكتورة : موسى زهية : دروس في مقياس قانون الاستهلاك الإرسال الثاني كلية الحقوق والعلوم الإدارية جامعة منتوري قسنطينة . السنة 2006/2005
- أ عنابي بن عيسى (سلوك المستهلك) "(عوامل تأثير النفسية) الجزء الثاني ديوان المطبوعات الجامعية الطبعة الثانية جامعة الجزائر السنة 2010.
- عنابي بن عيسى (سلوك المستهلك : عوامل التأثير البيئية) الجزء الأول ديوان المطبوعات الجامعية الطبعة الثانية جامعة الجزائر السنة 2010
- سيف الاسلام شوية (سلوك المستهلك والمؤسسة الخدماتية اقتراح نموذج للتطوير) كلية الاداب والعلوم الانسانية والاجتماعية جامعة عنابة سنة 2006م.
- وزارة التجارة : دليل المستهلك الجزائري نوفمبر 2011.
- الدكتور مولود ديدان أستاذ محاضر بكلية الحقوق، بوداوا، سلسلة قانون حماية المستهلك وقمع الغش، طبعة محينة، دار بلقيس، الدار البيضاء الجزائر، السنة 2009

المذكرات الجامعية:

- زوير أرزقي : حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في القانون فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، سنة 2011
- يوسف عشيرة خديجة وآمال ، مذكرة لنيل شهادة الدراسة الجامعية التطبيقية بموضوع: ضمان خدمة ما بعد البيع وقمع الغش في قانون المستهلك الجزائري السنة 2010-2011
- عمراي شكيب : حماية المستهلك في المجال الطبي والصيدلاني مذكرة لنيل إجازة المدرسة العليا للقضاء الدفعة السابعة عشر 2006/2009

النصوص القانونية والمراسيم التنفيذية والجرائد الرسمية:

1- النصوص القانونية:

- قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش
- قانون رقم: 04-08 المتعلق بشروط ممارسات الأنشطة التجارية
- قانون رقم: 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، معدل ومتمم

2- المراسيم التنفيذية:

- مرسوم تنفيذي رقم 09-181 المحدد لشروط ممارسة أنشطة استيراد المواد الأولية والمنتجات والبضائع الموجهة لإعادة البيع على حالتها من طرف الشركات التجارية التي يكون فيها الشركاء أو المساهمون أجنب.
- مرسوم تنفيذي رقم 09-182 المحدد لشروط وكيفيات إنشاء وهيئة الفضاءات التجارية وممارسة بعض الأنشطة التجارية

3- الجرائد الرسمية:

- الجريدة الرسمية للجمهورية العدد 15 المؤرخة في 11 ربيع الأول 1430 الموافق لـ 08 مارس 2009م
- الجريدة الرسمية للجمهورية العدد 77 المؤرخة في 24 رجب 1420 الموافق لـ 31 أكتوبر 1999م